کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن
کے دو سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

اردو خوش نویسی

(برائے سال دوم)

خورشید عالم

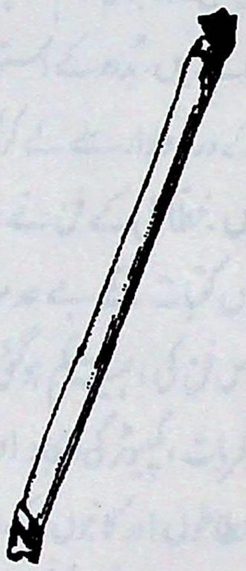
قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن

کے دو سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

اردو خوش نویسی

خورشید عالم



قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، نئی دہلی

وزارتِ ترقی انسانی وسائل (حکومت ہند)

بلاک 1، آر. کے. پورم، نئی دہلی 110066

Urdu Khushnavesi (for 2nd Year)

By : Khurshid Alam

© قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، نئی دہلی

سنہ اشاعت : اکتوبر 2002 شک 1924

پہلا اڈیشن : 1100

قیمت : 80 روپے

سلسلۂ مطبوعات : 1048

ناشر: ڈائرکٹر، قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، ویسٹ بلاک۔1، آر۔کے۔پورم، نئی دہلی 110066

Tel.: 6103938, 6103381 Fax : 6108159 e-mail : urducoun@ndf.vsnl.net.in

طابع: میکاف پرنٹرس، ترکمان گیٹ، دہلی 110006

پیش لفظ

خطاطی اور کتابت ہمارا اہم ورثہ ہے جس نے ماضی میں ہندوستانی ثقافت کو بہترین فن کار دیے ہیں۔ اس فن نے قبولِ عام اور شہرتِ دوام کی کئی منزلیں طے کی ہیں اور اس کے لازوال آثار آج بھی ناظرین کو محویت میں ڈالتے ہیں۔ بدھ کے اسٹوپ، اشوک کے ستون، قطب مینار کی اونچائی اور تاج محل کے لاثانی حسن، نیز راشٹرپتی بھون کے در و دیوار سے لے کر بمبئی کے عظیم الشان اور جدید ترین جج ہاؤس کی آرائش تک اس فن کے لازوال نقش روشن ہیں۔ خطاطی کے فن نے روحانی اور مادی ترقی میں بھی نمایاں کردار ادا کیا ہے۔ قدیم تہذیبوں کی نشاندہی کرنے میں کتبات نے بے حد مدد کی ہے۔ اس طرح اس فن کی اہمیت مسلّم ہے لیکن موجودہ دور کے ٹکنالوجیکل نظام میں اس فن کی اہمیت کم ہوگئی اور — اس کا وجود خطرے میں پڑ گیا۔ رنگ و روشنائی کے استعمال، پرنٹنگ میں نئے تجربات، کمپیوٹر کی ایجاد اور کمپیوٹر میں فونٹ ڈیزائننگ (FONT DESIGNING) کی سہولیات کی وجہ سے خطاطوں اور کاتبوں کے روزگار کے مواقع میں بے حد کمی آئی کیوں کہ اب اس فن کا کمرشیل استعمال کم سے کم ہوتا جارہا ہے۔

قومی اردو کونسل اردو زبان کے فروغ، ترویج و اشاعت کے علاوہ فن کتابت کی بقا اور ترقی کے لیے بھی کوشاں ہے۔ لہٰذا کونسل نے اس اہم ورثے کی حفاظت اور بقا کے لیے یہ فیصلہ کیا کہ اس فن کو کمرشیل آرٹ سے جوڑا جائے۔ اس فیصلے کے تحت گرافک ڈیزائن اور کمرشیل آرٹ کی تعلیم کے فروغ کو ضروری سمجھا اور ایک فیصلے کے تحت کمپیوٹر پر ایک سال کی کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن کی تربیت کا آغاز کیا گیا۔ کیوں کہ اس سے کاتبوں اور خطاطوں کے فن میں مزید نکھار آئے گا اور جدید تقاضوں سے ہم آہنگ ہو کر یہ فنِ قدیم نئے گوشوں کو روشن کرے گا۔ نیز اس فن میں اوسط درجے کی مہارت رکھنے والوں کو بھی کتابوں کے ڈیزائنوں، اندرونی آرائش کی مصنوعات، پردوں اور برتنوں وغیرہ پر کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن کے ذریعے روزگار کے بہتر مواقع ملیں گے۔ یہ کورس خطاطوں اور کاتبوں کو اشتہارات، پینٹنگ، طباعت، فوٹو گرافی وغیرہ کی نئی دنیا سے ہمکنار کرے گا اور روزگار کے نئے وسیلے سامنے آئیں گے۔

قومی اُردو کونسل نے عصری تقاضوں کو لبیک کہتے ہوئے کیلی گرافی یا کتابت کے فن کو جدید گرافک ڈیزائن اور کمپیوٹر کے ساتھ شامل کرکے دوسالہ تربیتی کورس شروع کرنے کا فیصلہ کیا اور اس مقصد کی حصولیابی کے لیے کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن کی ایک مانیٹرنگ کمیٹی تشکیل دی جس کی میٹنگیں وقتاً فوقتاً ہوتی رہیں اور کورس شروع کرنے سے متعلق اہم فیصلے لیے جاتے رہے۔ ان فیصلوں کی روشنی میں نیا نصاب تیار کیا گیا اور کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن کے اساتذہ کو جامعہ ملیہ اسلامیہ کے فائن آرٹ کے شعبے میں سات ہفتے کی ٹریننگ بھی دلوائی گئی۔

یہ کتاب نئے نصاب کے مطابق خطاطی کی تدریس کے لیے ہے جو خطاطی اور گرافک ڈیزائن کے دوسالہ ڈپلوما کورس میں سالِ دوم کے لیے ہے۔ اس کتاب کو جناب خورشید عالم ٹونکی نے تیار کیا ہے۔ ہم ان کے ممنون ہیں کہ انھوں نے تدریسی وفنّی تجربات کو بروئے کار لاکر اس کتاب کو تیار کیا جو نہ صرف طالبانِ فنِّ خطاطی کی بنیادی ضروریات کو پورا کرے گی بلکہ اساتذۂ فن کی بھی رہنمائی کرے گی اور قومی اردو کونسل کی دوسری کتابوں کی طرح اس کی بھی پذیرائی ہوگی۔

محمد ارشد اقبال نے کتاب کو پایۂ تکمیل تک پہنچانے میں بڑی محنت کی ہم ان کے بھی شکر گزار ہیں۔

مذکورہ بالا موضوعات پر قومی کونسل کی کوششوں میں ممکن ہے کچھ کمیاں رہ گئی ہوں۔ لہٰذا آپ کے نیک مشوروں کے لیے کونسل ممنون رہے گی۔

ڈاکٹر محمد حمید اللہ بھٹ

ڈائریکٹر

فہرست

	صفحہ
باب اول:	
فن خوش نویسی	7
فن خوش نویسی کی مختصر تاریخ اور اساتذۂ فن کا تعارف	9
باب دوم:	
خط رقعہ	20
نسخ جدید (ٹائپ)	29
باب سوم:	
خط ثلث	37
خط دیوانی	60
نب کا استعمال	70
پوری لکھائی	
سامانِ خطاطی	77
باب چہارم:	
خط شکستہ	78
خط طغریٰ	88
متنوع خطوط کے نمونے جات	98
باب پنجم:	
رقعہ جات	113
سہرا۔ رخصتی	
سپاس نامہ	114
اعادہ	116
باب ششم:	
اخبارات	117
رسالہ/مجلہ	122
ڈائریکٹ میل	127
ڈائریکٹ میل	133
پوسٹر	137
پیکیجنگ ڈیزائن	142
ٹریڈ مارک	148
کتاب کا ڈیزائن	154

بسم تعالیٰ

فنّ خوش نویسی

تخلیقی اظہار (Creative Expression) بنی نوع انسان کا ایک اہم وصف ہے۔ شاعری ہو یا موسیقی، سنگ تراشی ہو یا پینٹنگ، کوئی بھی شکل ہو، بہرحال وہ مناظر کو لافانی بنا دیتی ہے۔ پتھروں، مہروں، لکڑی یا دیواروں پر کی گئی دستی تحریر کے ذریعہ حسین منبت کاری یا نقش نگاری اس بات کی شاہد ہے۔ خوش نویسی بھی ایک ایسا ہی فن ہے جو دستی تحریر کے ذریعہ الفاظ و حروف کو زندہ جاوید بنا دیتا ہے۔ اگر انگریزی اصطلاح (Calligraphy) کے ماخذ پر غور کیا جائے تو کہا جا سکتا ہے کہ یہ لفظ یونانی الفاظ Kallos اور Graphos کا مجموعہ ہے۔ Kallos کا مطلب ہے "حسین" اور Graphos کے معنی لکھنے یا لکیر کھینچنے کے ہوتے ہیں۔ خوش نویس حضرات مقدس صحیفوں اور حکیمانہ اقوال کے اقتباسات، شاعرانہ مصرعوں اور قطعات وغیرہ کی حسین انداز میں منبت کاری یا نقاشی کا کام انجام دیتے ہیں۔ خوش نویسی کے لیے نرسل/نرکل کا قلم (Pen of Reed) استعمال کیا جاتا ہے۔

دستی تحریر کے قدیم نمونے غاروں کی دیواروں اور قدیم مہروں (Seals) سے دستیاب ہو جاتے ہیں۔ مہروں میں وادیٔ سندھ کی تہذیب سے دستیاب ہونے والے نمونے بھی شامل ہیں۔ یوروپ میں رومن سلطنت کے دوران عام استعمال کے لیے فن تحریر کو ترقی دی گئی۔ پانچویں صدی میں رومن سلطنت کے زوال کے بعد روزمرہ کے کام کاج میں تحریر سے کام لینے کا رواج بھی ختم ہو گیا۔ لیکن تعلیم یافتہ لوگ اور آرٹسٹ برابر اس کام میں لگے رہے اور ان لوگوں کی کاوش سے تحریر اور خوش نویسی مسلسل ترقی کرتی رہی۔ مگر طباعت (Printing) اور ٹائپ رائٹر کی ایجاد نے اس کام کو بری طرح متاثر کیا اور الفاظ کو حسین انداز میں ظاہر کرنے کا کام کاتبوں، پیشہ وروں اور آرٹسٹوں تک محدود ہو کر رہ گیا۔

چینیوں، جاپانیوں، مصریوں اور عربوں نے خوش نویسی کو ایک آرٹ کی شکل میں ترقی دی۔ خطاطی کا منفرد فن جزیرہ نما عرب اور ایران میں پروان چڑھا۔ یہی خطاطی ہندوستانی خوش نویسی کا اہم وسیلہ بن گئی۔

یہاں کے باسیوں نے قرآن مجید کی آیات کو ضبط تحریر میں لانے کے لیے سراسر اسی انداز میں تحریر اور خطاطی کے رموز و اسرار یا پیچیدگیوں کا سہارا لیا اور اسی لیے اس کے بارے میں یہ کہا جاسکتا ہے کہ یہ فن اسلامی کلچر سے زیادہ وابستہ ہے۔

خوش نویسی کی ایک کمتر شکل کتابت ہے۔ کتابت میں بہت حد تک پرواز فکر اور تخلیق سے کام نہیں لیا جاتا۔ کمپیوٹر تکنیک اور لینگویج سوفٹ ویئرس —— (Language Softwares) کے وجود میں آنے سے قبل کتاب چھپوانے سے پہلے کسی کاتب سے مسودہ کی خوبصورت کتابت کروانی ہوتی تھی، اس وجہ سے خوش نویسی دو طرح سے —— ایک تو صناعی یا آرٹ کی اعلیٰ ترین شکل میں اور دوسرے طباعت میں اس کے پیشہ وارانہ استعمال سے — پروان چڑھتی چلی گئی۔

ہندوستان میں خوش نویسی کی قدیم شکل وادیٔ سندھ کی تہذیب سے حاصل شدہ —— نمونوں میں دیکھنے کو ملتی ہے۔ حالانکہ اس تہذیب سے وابستہ مہروں پر ثبت تحریر کے اسرار و رموز ابھی ہماری سمجھ میں نہیں آئے ہیں تاہم پھر بھی اس حقیقت سے انکار نہیں کیا جاسکتا کہ یہ مہریں قدیم آرٹ کا نادر نمونہ اور اس بات کا ثبوت ہیں کہ دستی تحریر کو فروغ دینے کا کام اسی دور میں شروع ہو چکا تھا۔ ہندوستان میں، خوش نویسی کا فن عہد وسطیٰ میں پروان چڑھا اور پھر یہ اس عہد کے فن تعمیر کی نمایاں شکل اختیار کر گیا۔ زیادہ تر مساجد، مقابر اور محلات کے دروازوں، ستونوں اور چھتوں کو ایسے پتھروں سے مزین کیا گیا جن پر نہایت حسین طرز تحریر میں قرآنی آیات اور اشعار کندہ ہیں۔ اس ضمن میں آگرہ کے تاج محل اور دہلی کے قطب مینار کو مثال کے طور پر پیش کیا جاسکتا ہے۔ انھیں اس فن کا بہترین نمونہ قرار دیا جاسکتا ہے۔ شجاعت، شاعری اور موسیقی کے علاوہ شہزادوں اور رؤساء کے طبقہ سے تعلق رکھنے والے افراد کو خوش نویسی کا فن بھی سکھایا جاتا تھا۔ آئینِ اکبری میں مشہور و معروف خطاطوں کے ناموں کی ایک پوری فہرست موجود ہے۔ انھیں خطاطوں میں عبدالرشید دہلوی اور محمد حسین کشمیری کے اسمائے گرامی بھی موجود ہیں جو شہنشاہ اکبر کے اساتذہ تھے۔ تاریخی شواہد بتاتے ہیں کہ قلی قطب شاہ، سلطان نصیرالدین محمود گوان (Mahmood Gavan)، رقیہ سلطانہ اور اورنگ زیب وغیرہ خطاطی میں ماہر تھے اور ان کے تحریر کردہ قرآن مجید کے نسخے آج بھی عجائب گھروں میں موجود و محفوظ ہیں۔

تاہم مغلیہ سلطنت کے زوال کے ساتھ اس فن میں بھی زوال پیدا ہوتا چلا گیا اور وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ اس کی بازاری طلب (Market Demand) اور معیار میں بھی نشیب و فراز آتے چلے گئے۔ خوش نویسی کے روایتی مراکز ختم ہوتے گئے۔ اس فن لطیفہ کو ختم ہونے سے بچانے اور محفوظ رکھنے کے لیے مختلف اقدامات کیے گئے۔

فنِّ خوش نویسی کی مختصر تاریخ
اور
اساتذۂ فن کا تعارف

انسان کی ترقی کا دارومدار علم پر ہے اور علم بغیر لکھائی اور پڑھائی کے کچھ بھی نہیں۔ اسلام تمام نوع انسانی کی ترقی اور بہبود کا داعی ہے اور اسلام کی بنیاد بھی پڑھائی اور لکھائی پر ہے۔ جب قرآن کریم کا نزول شروع ہوا تو اس کی ابتداء ہی لفظ اقراء سے ہوئی، اور ساتھ ہی قلم اور علم کے رشتے کو واضح کر دیا کہ نٓ وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُوْنَ ۝ قرآن کریم میں اس کے بعد بھی کئی مقام پر علم اور قلم و کتابت کے مقدس رشتے کا کئی جگہ ذکر ملتا ہے۔ چنانچہ ارتقائے حیات میں شروع ہی سے تحصیل علم (جس میں پڑھنا اور لکھنا ہر دو شامل ہیں) کو ایک مقدس فریضہ سمجھا گیا اور مسلمانوں پر قلم کا تقدس اور انسانی تہذیب کی ترقی میں اس کی اہمیت کھل کر واضح ہو گئی ہے۔ مثلاً رسول اللہ صلی اللہ علیہ وسلم کا تحسین خطوط کے بارے میں فرمان مَنْ كَتَبَ بِحُسْنِ الْخَطِّ بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ فَقَدْ دَخَلَ الْجَنَّةَ

ترجمہ:۔ جس کسی نے بھی بسم اللہ الرحمٰن الرحیم خوش خطی سے لکھا جنت میں داخل ہوگا۔

اسی طرح حضرت علی رضی اللہ تعالیٰ عنہ کا یہ قول عَلِّمُوْا اَوْلَادَكُمُ الْكِتَابَةَ فَاِنَّ الْكِتَابَةَ هِمَمُ الْمُلُوْكِ وَالسَّلَاطِيْنِ عَلَيْكُمْ

ترجمہ:۔ اپنی اولاد کو لکھنا سکھاؤ کیونکہ لکھنے پڑھنے والے لوگ ہی بادشاہ اور حاکم ہوں گے۔

ان اقوال اور محاورات کا مروج ہونا اس بات کی دلیل ہے کہ مسلمانوں نے شروع ہی سے علم الکتابت یا خطاطی کو ایک مقدس فن کا درجہ دیا اور اب تک دیے ہوئے ہیں۔

یہ واقعہ تو ایک تاریخی حقیقت ہے کہ رسول اکرم صلی اللہ علیہ وسلم نے غزوۂ بدر (ماہ رمضان المبارک سنہ ۲ھ فروری ۶۲۴ء) کے ستر (۷۰) پڑھے لکھے قیدیوں پر رہائی کی یہ شرط عائد کی کہ ہر قیدی دس دس مسلمان بچوں کو پڑھنا اور لکھنا سکھائے اس طرح نہایت قلیل مدت میں سات سو سے زائد مسلمان فن کتابت سے واقف ہو گئے۔ حضرت زید بن ثابتؓ نے بھی اسی طرح لکھنا پڑھنا سیکھا تھا۔

تاریخ شاہد ہے کہ زمانۂ قدیم ہی سے انسان کا ذہن علوم و فنون کی طرف مائل رہا ہے اور اسی ذوق و شوق اور دلچسپی کے باعث ہر زمانے میں ترویج واشاعت

کی نئی نئی شکلیں وجود میں آتی رہی ہیں اور انھیں شکلوں پر انسانی معاشرہ کا ڈھانچہ بھی تیار ہوتا رہا ہے۔ ابتداء سے ہی مختلف فنونِ لطیفہ سے عربوں کو ایک خاص لگاؤ رہا ہے بالخصوص خوشنویسی و خطاطی، ظروف سازی اور آئینہ گری وغیرہ میں انھوں نے مہارت تامہ حاصل کی تھی۔

فنِ خطاطی جو مُزین کاری اور نقش و نگار سے متعلق ہے اس کا انحصار دراصل جومیٹریکل آرٹ پر ہے مثلاً لکیریں، زاوئیے، مثلث، مربع اور دائرے وغیرہ لیکن ماضی کے تقریباً ایک ہزار برسوں میں عربوں نے فنِ خطاطی میں نہ صرف مہارت حاصل کی ہے بلکہ متقدمین کی روش کے محدود دائرے سے نکل کر اس فن میں وسعت و ندرت بھی پیدا کی اور خالقِ کائنات کی عطا کی ہوئی مخصوص صلاحیت کے سبب اس اختراع و ایجاد میں اپنی ذہنی نظافت و جدت کا بے پناہ مظاہرہ کیا ہے۔

چونکہ بیشتر خطاط مسلمان تھے اور اسلام میں تصویر کشی کی ممانعت ہے اس لیے فن کاروں نے خطوط کے ذریعے اپنی طبع آزمائی کی اور طرح طرح کے خطوط ایجاد کیے نیز تصویری خطوط کے نام سے انسانوں، جانوروں، جہازوں اور محراب و مینار کی شبیہ بنا کر اپنی صناعی کا مظاہرہ کیا ہے۔

فنِ خطاطی صرف مسلمانوں کی روحانی تسکین کا باعث نہیں بنا بلکہ ان کے جمالیاتی ذوق کا ایک ذریعہ بھی ثابت ہوا۔ اسلامی احکامات، دلی جذبات اور ذوقِ جمال کو ظاہری شکل و صورت دینے کے لیے فنِ خطاطی میں ایسے بے شمار تجربات کیے کہ آج یہ فن مسلمانوں کے جمالیاتی ذوق کی ترجمانی کر رہا ہے۔

مشرقِ وسطیٰ سے باہر جہاں کہیں بھی مسلمان گئے اپنے ساتھ فنِ خطاطی بھی لے کر گئے اور اسے وہاں کے ماحول، حالات اور ضروریات کے ساتھ اس طرح ہم آہنگ کیا کہ نہ تو اس فن کے اسلامی تشخص کو کوئی زد پہنچی اور نہ مقامی ضروریات کو ہی قربان کرنا پڑا بلکہ دنیا بھر کے رسم الخطوط میں صرف اسلامی فنِ خطاطی ہی ایسا فن ہے جسے جلیل القدر شہنشاہوں نے اپنی روحانی تسکین اور جمالیاتی ذوق کی خود آگاہی کے لئے سیکھا اور ان ہی بادشاہوں و شاہزادوں نے ماہرین فن کی اپنے امراء و وزراء سے زیادہ قدردانی کی۔ دنیا کے کسی اور رسم الخط کو یہ مقام کبھی بھی حاصل نہیں ہوا۔

فنِ خطاطی کو اس مقام تک پہنچانے میں مسلمانوں کا خونِ جگر ہی نہیں بلکہ فنِ کتابت کا تقدس اور اس فن کے ساتھ مسلمانوں کی عقیدت کے عناصر بھی شامل ہیں۔

فنِ خطاطی میں خطوط کی بے انتہا قسمیں ہیں جو واضح طور پر شاہانہ ذوق اور عام ذوق کی نمائندگی کرتی ہیں۔ اس کے بیش بہا نمونے خط عرب کے علاوہ ہندوستان، پاکستان، ایران، عراق، اسپین، چین، ترکی اور مصر میں بھی موجود ہیں۔

معتبر تاریخی کتابوں میں جو نظر سے گزرا ہے اور جو بات قابلِ یقین اور معتبر ہے وہ یہی ہے کہ اسلامی دور میں سب سے پہلے جو شخص قرآن کریم کی کتابت اور خوش خطی کے فن میں ماہر تھا وہ خالد بن ابو الہیاج تھا۔ جس کا کوئی خط دنیا میں مشہور ہے اور سعد نے اس کو منصب کتابت پر مقرر کیا تھا

اور یہ دوسرے رسوم الخط کا موجد بھی تھا اور یہی وہ خوش نصیب شخص ہے جس کو مسجد نبوی میں سورۂ والشمس لکھنے کا شرف حاصل ہوا تھا۔

ایک روایت یہ بھی ہے کہ حضرت عمر بن عبدالعزیز رضی اللہ تعالیٰ عنہ نے اسے قرآن کریم لکھنے کی فرمائش کی۔ چنانچہ اس نے بڑی مہارت اور ہنرمندی سے سنہری حروف میں قرآن کریم کی کتابت مکمل کر کے عمر بن عبدالعزیزؓ کے پاس لے گیا جب انھوں نے اس قرآن کریم کو دیکھا تو اس کو بوسہ دیا، اور اپنے سر اور آنکھوں سے لگایا۔

منجملہ دیگر خوش نویسوں کے ابویحیٰ، مالک بن دینار (وفات ۱۳۰ھ) جو اُجرت پر قرآن کریم کی کتابت کرتے تھے اور اسی طرح قرآن کریم کی کتابت کرنے والے خوشنویس خوشنام البصری اور مہدالکوفی تھے جو بزمانۂ خلیفہ ہارون رشید ہوئے۔ اور ایسے ہی ایک اور خوشنویس ابوحدمی الکوفی بھی تھے جو خلیفہ معتصم عباسی کے دور میں ماہرین فن میں شمار کیے جاتے تھے۔

ان ماہرین فن کے بعد خوشنویسوں کی ایک اور جماعت منظر عام پر آئی جن میں ابن ام شیبان، مسحور، ابوحمیرہ، ابن حمیرہ اور ابوالفرج (جو ابن ندیم کے زمانے میں موجود تھے۔) اور وہ لوگ جو کہ قرآن کریم کی کتابت رسم الخط محقق میں یا اور کسی خط میں کرتے تھے۔ ان کے نام یہ ہیں۔ ابن ابی حسان، ابن الحضرمی، ابن زید، محمد بن یوسف، ابن ابی فاطمہ، ابن سیر، ابن حسن الملیح، ابوعقیل، ابومحمد اصفہانی، ابوبکر احمد بن نصر اور ان کا بیٹا ابوالحسن وغیرہ۔

خلافت بنواُمیہ کے زمانے میں جو شخص قرآن کریم کی کتابت میں مشہور اور اپنی خوش خطی کے لیے معروف تھا وہ قطبہ تھا، جس نے اپنی ہنرمندی اور طبعی ذہانت سے چار قسم کے رسم الخط ایجاد کیے۔ اس کے بعد خلافت بنو عباس کے ابتدائی دور میں اس فن میں ضحاک بن عجلان متوفی ۱۵۴ھ یکتائے زمانہ ہوا۔ اس نے دل پسند کشش کا اضافہ کر کے فن خوشخطی کو مزید زیب و زینت بخشی۔

اس کے بعد اسحاق بن حماد، عباسی خلفاء منصور و مہدی کے زمانے میں اسی فن خوش نویسی میں مشہور ہوا اور بہت سے طلباء نے فن خوشنویسی کی تعلیم اور تکمیل اسی خطاط کے زیر تربیت کی ان میں سے چند شاگردوں کے نام یہ ہیں یوسف کاتب (جس کو لقوہ شاعر کے لقب سے یاد کرتے تھے) اور ابراہیم بن المحسن (جس نے یوسف پر برتری حاصل کی) اور عثمان بن زیاد العابل اور محمد بن عبداللہ مدنی، ابوالفضل صالح اور عبدالملک تمیمی خراسانی وغیرہ۔

یہ سب خطاط بارہ رسوم الخط کے ماہر تھے اور وہ رسوم الخط یہ ہیں:۔ قلم الجلیل، قلم السجلات، قلم الدیباج، قلم السطومار الکبیر، قلم المواصرات، قلم الثلثین، قلم الزنبور، قلم المفتح، قلم الحرم، قلم العہود، قلم القصص اور قلم الخرجاج۔

تیسری صدی ہجری تک یہ سب عربی خطوط رائج تھے لیکن جب ابن مقلہ نے ثلث، ریحان، محقق، نسخ، توقیع اور رقاع چھ خط ایجاد کئے تو یہ خطوط معدوم ہو گیے۔ ان کے علاوہ خط مدیح، خط مرصع، خط رُباش، خط رخش، خط بیاض اور خط حواشی بھی جاری تھے جو خوشنویسی اور قرآن کریم سے مخصوص تھے۔ مامون کے عہد میں ان جملہ خطوط کے لکھنے والے موجود تھے، جن کا تعلق

شاہی دفاتر سے تھا۔

ابن مقلہ (۲۷۲ - ۳۲۸ھ/۸۸۴ - ۹۴۰ء) اس فخر روزگار کاتب کا نام ابو علی محمد بن علی بن حسن بن عبداللہ ملقب بہ ابن مقلہ تھا۔ عالم شباب ہی میں تکمیل علوم وفنون کے بعد اس کا اقبال بلند ہوا۔ یہ تین عباسی خلفاء المقتدر باللہ، القاہر باللہ اور الراضی باللہ (۲۹۵ - ۳۲۲ھ/۹۰۸ - ۹۳۴ء) کا وزیر بنا، اور جب زوال آیا قید ہوا اور ہاتھ کے ساتھ زبان قطع ہوئی اور قید ہی میں فوت ہوا۔

ابو الاسود کے زمانے سے احوال المحرر تک اگرچہ خط کوفی میں غیر معمولی ترقی ہوئی مگر اس میں نمایاں شان اور دلفریب حسن پیدا نہیں ہوا تھا۔ آخر کار یہ حصہ ابن مقلہ کے ہاتھ آیا۔ چنانچہ اس نے خط کوفی سے ۳۱۰ھ/۹۲۲ء میں نسخ ایجاد کیا اس کے علاوہ مزید اس نے پانچ خط، خط محقق، خط ریحان، خط ثلث، خط توقیع اور خط رقاع وضع کیے۔ ایک گروہ خط غبار کا بھی ان خطوط میں اضافہ کر کے ابن مقلہ کو سات خطوط کا موجد قرار دیتا ہے۔

ابن مقلہ نے احوال المحرر اور دوسرے خطاطوں کی وصلیوں سے استفادہ کیا تھا اور اب تک اُن میں جو خامیاں رہ گئی تھیں اُن کی اصلاح کر کے خط نسخ ایجاد کیا تھا۔

موجودہ خوبصورت اعراب ثلاثہ، جزم، تشدید اور تنوین ابن مقلہ کی اختراع ہے۔ ابن مقلہ کے شاگردوں میں محمد بن الیمانی اور محمد بن اسد نامور خطاط ہوئے۔ ابن مقلہ کا بھائی ابو عبداللہ حسن ابن علی بھی کاتب تھا۔ ان دونوں بھائیوں کا باپ علی بن حسن بھی خوشنویس تھا، ان کا دادا مقلہ بھی کاتب تھا۔ گویا پورا خاندان کتابت سے تعلق رکھتا تھا۔

ابن مقلہ کا خطاطی پر یہ ایک احسانِ عظیم ہے جس کی وجہ سے اس کو شہرت اور عظمت ملی۔ اس نے عربی خط کے اصول وقواعد مقرر کیے اور قلم کے قط کو ناپ کی اکائی قرار دیا اور اس کی اس جدت سے خط میں ایک طرح کا تناسب پیدا ہوا۔

ابن البواب (۳۵۰-۴۱۳/۹۶۱-۱۰۲۲ء) ابن مقلہ کے بعد ابو الحسن علی بن بلال نادر روزگار خوش نویس پیدا ہوا۔ اس کا باپ بلال امیر بویہ (۳۲۰ - ۴۴۷ھ/۹۳۲-۱۰۵۵ء) کے دروازے پر چوکیدار (بواب) تھا۔ چنانچہ اس نسبت سے ابن البواب مشہور ہوا۔ یہ آل بویہ کے امیر بہاء الدولہ بن بویہ (۳۷۹ - ۴۰۳ھ/۹۸۹-۱۰۱۲ء) کے یہاں مہتمم کتاب خانہ تھا۔

ابن مقلہ نے اگرچہ مذکورہ خطوط ایجاد کیے تھے لیکن ان کی تہذیب اور حسن وجمال کا سہرا جملہ خطاط ابن بواب کے سر ہے۔ آج دنیا میں جہاں بھی خط نسخ جاری ہے اس کے لیے دنیا ابن مقلہ اور ابن بواب کی مرہونِ منت ہے۔

کہتے ہیں کہ ابن بواب نے امیر بہاء الدولہ کی فرمائش پر ابن مقلہ کے رقم کردہ ۲۹ سی پاروں کے بعد تیسواں پارہ اس طرح رقم کیا کہ امیر بہاء الدولہ استاد وشاگرد دونوں کی تحریر میں تمیز نہ کر سکا۔ اس نے اپنی

زندگی میں چونسٹھ قرآنِ کریم کے نسخے لکھے اور عام طور پر ہر تین ماہ میں قرآن کریم کا ایک نسخہ لکھ لیا کرتا تھا۔ ابن بواب کی خطاطی کے بعض نمونے توپ کپی میوزیم، استنبول میں بھی پائے جاتے ہیں۔

ابن بواب نے کثیر تعداد میں اپنے تلامذہ کی تربیت کی جو اس کی طرزِ کتابت کے پیرو تھے۔ عہدِ عباسی کا آخری اور عالم اسلام کا سب سے مشہور خطاط **یاقوت بن عبداللہ الرومی المستعصمی** ہوا ہے۔ یاقوت لقب کے کئی کاتب ہوئے ہیں۔ جو اپنے حسن خط کی وجہ سے مشہور ہوئے۔ اگرچہ عام طور پر لوگ ان سب کو یاقوت المستعصمی ہی تصور کرتے ہیں لیکن یہ صحیح نہیں۔ ان میں سے دو یاقوت قرآن کریم کے خطاطی میں زیادہ مشہور ہوئے، جن میں سے ایک "یاقوت الموصلی" اور دوسرا "یاقوت المستعصمی" تھا۔

یاقوت المستعصمی (۶۹۸ھ/۱۲۹۸ء) کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ خلیفہ مستعصم باللہ (۶۴۰-۶۵۶ھ / ۱۲۴۲-۱۲۵۸ء) جو آخری عباسی خلیفہ تھا، نے یاقوت کو غلامی سے آزاد کر کے اس کی تربیت کی۔ اسی نسبت سے اسے المستعصمی کہا جاتا ہے۔ اس نے ابتداء میں عبدالمؤمن بن صفی الدین اموی اور شیخ ابن حسین سے مشق کی۔ اس کے معاصرین میں نصیر الدین طوسی اور شمس الدین صاحب دیوان تھے۔ المستعصمی عہد عباسیہ میں بغداد کا سب سے بڑا کاتب تھا اور خطِ نسخ کا آخری امام بھی۔ اسی نے قرآن کریم کی خطاطی میں حیرت انگیز جدتیں پیدا کیں اور ایک نیا طریقہ اختیار کیا۔ وہ قرآن پاک کی کتابت ۱۱ سطر فی صفحہ کے حساب سے کرتا تھا۔ ان سطروں میں پہلی، چھٹی اور گیارہویں سطر کو ذرا جلی قلم سے خطِ ثلث میں لکھتا تھا اور دیگر سطور (۲ تا ۵ اور ۷ تا ۱۰) خطِ نسخ میں لکھتا تھا۔ آج بھی ان کا طرز ضرب المثل ہے۔ المستعصمی کی وفات کے بعد ان کا فیض ان کے چھ باکمال شاگردوں کے ذریعہ جو "استادانِ شش گانہ" کے نام سے یاد کیے جاتے ہیں، پورے عالم اسلام میں جاری و ساری ہوا۔

جیسا کہ ذکر کیا جا چکا ہے کہ **ابن مقلہ** نے خط کوفی اور معقلی کی تراش خراش سے چھ خطوط ایجاد کیے اسی طرح ایک عرصے کے بعد ایران کے حسن فارسی نے ان کے ایجاد کردہ چھ خطوط میں سے خط توقیع اور رقاع کی آمیزش سے ساتواں خط تعلیق ایجاد کیا۔

اس دنیا میں آپ جو کچھ حسن و جمال دیکھ رہے ہیں، اس میں انسانی تجربات کو بڑا دخل ہے۔ فن خطاطی کے ماہرین نے بھی ان ساتوں خطوط پر اکتفا نہیں کیا بلکہ جدید سے جدید تر کی تلاش میں لگے رہے۔

لہٰذا امیر تیمور اور گورگان بادشاہ صاحبقران کے دورِ حکومت میں خواجہ میر علی تبریزی نے ماوراء النہر میں خط نسخ اور تعلیق کے امتزاج سے ایک نیا خط، خطِ نستعلیق ایجاد کیا۔ نسخ اور تعلیق کی نسبت سے نستعلیق کی پیوندکاری میں سب کی رعنائی و زیبائی، لطافت اور نرماہٹ پیدا ہوگئی اور الفاظ کے صوری حسن میں بے پناہ اضافہ ہوا اور اس کا نام **نسختعلیق** رکھا گیا، مگر خ حذف ہوگئی اور **نستعلیق** مشہور ہوا، اور آج اردو زبان کی کتابت و اشاعت میں جو خط رائج ہے یہ وہی خط ہے

جسے ایرانی نژاد خواجہ میر علی تبریزی نے ایجاد کیا تھا۔
خط نستعلیق کی ترویج اور اس کا عروج ایران میں عباسی قلی شاہ کے عہد میں ہوا۔اس وقت ہندوستان میں شاہ جہاں تخت سلطنت پر جلوہ فرما تھے۔سلطنت ایران میں اس زمانے میں وہ شخص بھی موجود تھا جسے خط نستعلیق کا امام کہا جاتا ہے یعنی میر عماد۔

میر عماد کے خط کی روش میر علی تبریزی کے خط کی شان وصفا کی اتباع کرتے کرتے اُس سے بڑھ گئی تھی۔ اس کے ہاتھ کی لکھی ہوئی وصلیاں اب نایاب ہیں۔

میر عماد کے تلامذہ کی ایک طویل فہرست ہے مگر ان میں چند ایسے بھی ہیں جنھوں نے استادانِ فن کا مقام حاصل کیا۔خصوصاً آغا عبد الرشید دیلمی وہ واحد شخص ہے جس کے آفتاب فن سے ہندوستان میں بلند پایہ خطاطی کا چراغ روشن ہوا۔ آغا دیلمی میر عماد کے بھانجے، داماد اور شاگرد تھے، وہ میر عماد کی طرز پر لکھتے تھے۔ ان کا ترتیب وتصنیف کیا ہوا ایک قلمی نسخہ "رسالۂ خوشنویسی" کے نام سے عربک اینڈ پرشین ریسرچ انسٹی ٹیوٹ راجستھان ٹونک میں موجود ہے۔

آغا عبد الرشید کے شاگردوں میں حافظ نور اللہ اور قاضی نعمت اللہ کو بڑا کمال حاصل ہوا۔حافظ صاحب کے فن کی قدردانی کا اندازہ اس سے کیا جاسکتا ہے کہ ان کی لکھی ہوئی وصلیاں موتیوں کے عوض خریدی جاتی تھیں۔ حافظ نور اللہ صاحب کے قلم کا ایک نادر نمونہ بھی اے۔ پی۔ آر۔ آئی ٹونک میں محفوظ ہے۔

حافظ صاحب کے بیٹے حافظ ابراہیم اپنے استادِ فن باپ کی طرح ماہر خطاط تھے۔ ان کے شاگردوں میں منشی سروپ سکھ دیوانہ میاں وجیہہ اللہ اور محمد عباس مشہور ہیں۔ حافظ ابراہیم کے شاگردوں میں ان کے صاحبزادے حافظ سعید الدین اور منشی عبد المجید خریطہ نگار تھے۔حافظ صاحب کے گذشتہ دور میں دو شاگرد بہت مشہور ہوئے۔ ایک منشی ہادی علی دہلوی دوسرے پنڈت منسارام کاشمیری۔ ہادی علی نستعلیق کے ساتھ ساتھ طغریٰ سازی کے بھی ماہر تھے۔ منشی شمس الدین اعجاز رقم خط نستعلیق کے ایک باکمال استاد گزرے ہیں۔ انھوں نے فن خوشنویسی پر کئی رسالے لکھے ہیں جن میں کاپی نمبر ۱ تا ۵ "اعجاز رقم" اور "تنویر الشمس" وغیرہ قابل ذکر ہیں۔

منشی اعجاز رقم سے قبل سید محمد امیر رضوی بھی بہت نامور اور باکمال خطاط گزرے ہیں، جن کا سلسلۂ تلمذ مولانا غلام محمد ہفت قلمی سے بتایا جاتا ہے۔

اپنے دور کے معروف خطاطوں میں مولانا غلام محمد ہفت قلمی کا بھی نام سر فہرست آتا ہے اور مولانا ہندوستان کے وہ پہلے شخص ہیں جنھوں نے خوشنویسوں کا تذکرہ فارسی میں "تذکرۂ خوشنویساں"، کے نام سے ترتیب دے کر زیور طبع سے آراستہ کیا۔ اس تذکرہ کا اُردو ترجمہ مولانا محمد عبد الحیٔ فائز ٹونکی نے کیا ہے وہ بھی مشہور زمانہ ادارہ مولانا ابو الکلام آزاد عربک پرشین ریسرچ انسٹی ٹیوٹ ٹونک سے شائع ہو چکا ہے۔ مذکورہ ادارہ میں غلام محمد ہفت قلمی کی نسخ اور ثلث آمیز تحریر کردہ وصلی بھی موجود ہے۔

کہا جاتا ہے کہ مولانا غلام محمد صاحب ہی نے سید محمد امیر رضوی عرف "میر پنجہ کش" کو فن خطاطی کی اعلیٰ تربیت کے سلسلے میں آغا عبدالرشید دیلمی کی روش کو اپنانے اور ان کی طرز پر مشق کرنے کی صلاح دی تھی۔ مولانا موصوف کی اس ہدایت کو عملی جامہ پہنانے کے لیے میر پنجہ کش نے آغا عبدالرشید کی طرز پر خوشنویسی کی مشق و ممارست شروع کی اور اس حد تک محنت کی کہ عام لوگوں کے لیے دونوں کے خط میں امتیاز کرنا مشکل ہو گیا۔

محمد امیر رضوی کو جیسا کمال فن خوشنویسی میں حاصل تھا ویسا ہی پنجہ کشی میں بھی حاصل تھا۔ علاوہ ازیں مصوری، نقاشی، جدول کشی، لوح نویسی اور سنگ تراشی میں بھی مہارتِ تامہ حاصل تھی۔

کشورِ قلم سید محمد امیر رضوی "پنجہ کش" اس فن کے آخری تاجدار کہلاتے ہیں۔ آپ کی وفات ۱۸۵۷ء میں غدر دہلی کے دوران بعمر نوے سال ایک سپاہی کے ہاتھوں گولی مارنے کے سبب ہوئی۔

خط نستعلیق میں اکتساب و اجتہاد کرنے والی ایک اور قابلِ ذکر شخصیت منشی محمد یوسف دہلوی کی ہے جنھیں خطاطی کا فن ورثہ میں ملا۔ آپ کے والد بزرگوار منشی محمد دین صاحب کو غلاف کعبہ پر خطاطی کرنے کا شرف بھی حاصل ہوا تھا۔ دہلی کی بہت سی عمارات میں یوسف صاحب کی خطاطی کے نمونے کندہ ہیں۔ آپ نے خط نستعلیق میں جدید روش اختیار کر کے حروف کے قدیم پیمانوں میں خوبصورتی پیدا کی۔ آپ کی اس طرز جدید کو مقبولیت حاصل ہوئی۔ تقسیم ملک کے بعد آپ پاکستان چلے گئے۔ وہاں بھی آپ نے بہت سے کارہائے نمایاں انجام دیے اور کافی مقبولیت حاصل کی اور ۱۹۷۷ء میں ایک کار حادثے میں جاں بحق ہو گئے۔

آپ کے تلامذہ میں عبدالمجید دہلوی سرفہرست ہیں جن کی خطاطی کے شہ پارے پاکستان کے قائد اعظم محمد علی جناح کے مزار مبارک پر زندۂ جاوید ہیں۔

یوسف صاحب کی ایک بہن (جن کا نام فاطمۃ الکبریٰ ہے) کے متعلق بتایا جاتا ہے کہ انھوں نے نستعلیق کے علاوہ خط نسخ میں بھی کافی مہارت حاصل کی۔ اور وہ پہلی خاتون ہیں جنھوں نے قرآن پاک کی مکمل کتابت خط نسخ میں فرمائی۔

دور حاضر میں خط نسخ کے ممتاز کاتب کی حیثیت سے جناب مولانا محمد یوسف قاسمی صاحب کا تذکرہ بھی ضروری ہے جو کہ مولانا اشتیاق احمد صاحبؒ دیوبندی کے شاگرد ہیں اور عرصے سے دہلی میں قیام پذیر ہیں۔ مولانا خط نسخ کے فروغ و ارتقاء کے سلسلے میں پوری جدوجہد میں مصروف ہیں۔ آپ قرآن کریم کے کئی نسخوں کی کتابت مکمل کر چکے ہیں آپ نے ایک قرآن کریم کی کتابت اس طرز پر کی ہے کہ اس کے ہر صفحے کی ہر سطر الف سے شروع ہوتی ہے۔ یہ آپ کی بہت ہی معیاری اور دیدہ زیب کتابت کا اعلیٰ نمونہ ہے جو مختلف سائزوں میں زیور طبع سے آراستہ ہو چکا ہے۔

اس کے بعد آپ نے ایک سی ورقی قرآن پاک کی کتابت فرمائی وہ بھی شائع ہو چکا ہے۔

فی الوقت آپ ایک اور الفی قرآن پاک کی

کتابت بھی مکمل کر چکے ہیں ۔ (اللھم زد فزد)

استاذ محترم محمد خلیق ٹونکی خطاطِ اعظم ہند تھے۔ تقسیم ہند کے بعد جن حضرات نے ہندوستان میں فن خطاطی کی بقا اور اس کے فروغ میں بنیادی کردار ادا کیا، ان میں آپ کا نام سرفہرست ہے۔ آج کی نسل ان نامساعد اور حوصلہ شکن حالات کا اندازہ بھی نہیں کر سکتی جن کا مردانہ وار مقابلہ کرتے ہوئے خلیق ٹونکی مرحوم نے تقریباً پچاس برس تک اپنے خونِ جگر سے شجرِ خطاطی کی آبیاری کی۔ آپ نے نہ صرف خود فن خطاطی میں بلند معیار پیش کیا بلکہ بے شمار طالبانِ فن کو تربیت بھی دی۔ جو نہ صرف ہندوستان بلکہ کئی عرب ممالک میں خدمات انجام دے رہے ہیں۔

استاذ "محمد خلیق خاں" المعروف خلیق ٹونکی سنہ ۱۹۳۲ء میں ٹونک (راجستھان) میں پیدا ہوئے۔ آپ نے خوشنویسی کی ابتدائی تعلیم اپنے والد محترم حافظ محمد صدیق خاں اور دادا محمد خاں (منیجر مطبع محمدی ٹونک) سے حاصل کی۔ اور تیرہ برس کی عمر میں مطبع محمدی میں خوشنویس کی حیثیت سے ملازمت حاصل کرنے میں کامیاب ہو گئے۔

تقسیم برصغیر کے بعد ٹونک کا چھاپہ خانہ بند ہو گیا چنانچہ سنہ ۱۹۴۸ء میں آپ بمبئی چلے گئے۔ جہاں آپ نے محمدی پریس، سلطانی پریس اور کریمی پریس میں بحیثیت خوشنویس کام کیا۔ سنہ ۱۹۴۹ء میں آپ احمد آباد چلے گئے اور وہاں مختلف طباعتی اداروں میں نقش نگار، گل کاری اور ڈیزائننگ وغیرہ کے کام انجام دیے۔

سنہ ۱۹۵۰ء میں خلیق ٹونکی کو "جمعیۃ علمائے ہند" نے خوش نویسی کی خدمات کے لیئے دہلی بلوالیا اس دوران آپ نے کئی معروف دینی، علمی و ادبی اداروں کی مطبوعات کے ٹائیٹل تیار کیئے اس کے علاوہ کئی اہم کتب کی، انتہائی محنت، سلیقے اور معیار کا لحاظ رکھتے ہوئے، خوبصورت کتابت بھی کی ان میں قصص القرآن، تفسیر کشف الرحمٰن مصباح اللغات اور دیوانِ غالب نیز "صفیرِ خیال" قابل ذکر ہیں۔

سابق وزیر تعلیم ہند، پروفیسر نور الحسن مرحوم، خلیق ٹونکی کی صلاحیتوں کے بڑے معترف تھے۔ سنہ ۱۹۷۶ء میں آپ کے کہنے پر، خلیق ٹونکی غالب اکیڈمی، دہلی میں طالبان فن کی تربیت کی خاطر اعلیٰ خطاطی کلاس کے سربراہ بن گئے۔

اس منصب پر آپ تادمِ آخر فائز رہے۔ اس دوران آپ نے کثیر تعداد میں طالب علموں کو مختلف خطوط مثلاً نستعلیق، نسخ، ثلث، دیوانی، رقعہ، طغریٰ کی تعلیم دی۔ اسی دوران مجھ احقر (خورشید عالم ٹونکی) کو بھی سنہ ۸۲-۱۹۸۱ء میں مذکورہ خطوط موصوف سے سیکھنے کا شرف حاصل ہوا۔

آپ کے شاگردوں میں سے اکثر، ہندوستان کے مختلف شہروں میں قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، نئی دہلی کی جانب سے قائم کردہ مراکزِ خوش نویسی میں بحیثیت استاد خدمات انجام دے رہے ہیں۔

خلیق ٹونکی مرحوم کو فن خطاطی میں نمایاں خدمات کے صلے میں جو اعزازات و القابات سے نوازا گیا ان کی تفصیل کچھ اس طرح ہے۔

سنہ ۱۹۸۴ء میں سابق وزیر اعظم ہند، آنجہانی محترمہ اندرا گاندھی

صاحبہ نے آپ کو "غالب ایوارڈ"، توصیفی سند اور "نادر رقم" کا خطاب دیا۔

سنہ ۱۹۸۵ء میں مرکزی وزیر اطلاعات، حکومت ہند، وی۔این۔ گاڈگل نے پچیسواں نیشنل ایوارڈ دیا۔ سنہ ۱۹۸۸ء میں حکومت عراق کی دعوت پر، عربی خطاطی کی عالمی نمائش اور مقابلے میں آپ بغداد تشریف لے گئے۔ سنہ ۱۹۸۸ء ہی میں حیدرآباد (دکن) میں دارالعلوم حیدرآباد کے حج سیمنار کے موقع پر خطاطی کی نمائش کا اہتمام کیا گیا، جس کا افتتاح شاہ فہد کے خصوصی نمائندے عبداللہ محسن ترکی نے کیا۔ اس موقع پر آپ کو "سلطان القلم" کا خطاب اور توصیفی سند عطا کی گئی۔

سنہ ۱۹۹۱ء میں ماریشس میں منعقدہ عالمی مقابلۂ خطاطی میں آپ کو مدعو کیا گیا مگر آنت کے آپریشن کی وجہ سے آپ نہ جاسکے اور نمونے بھیج کر نمائش میں حصہ لیا۔

سنہ ۱۹۹۲ء میں "اردو اکیڈمی دہلی" نے آپ کو ایوارڈ اور توصیفی سند عطا کی۔

خلیق ٹونکی مرحوم کے یادگار کارناموں میں چودھویں صدی ہجری کے آغاز پر حکومت ہند کا جاری کردہ خوبصورت طغرے والا ڈاک ٹکٹ بھی شامل ہے۔ اس کے علاوہ آپ کے فن کا سب سے بڑا اور ہمیشہ یاد رکھا جانے والا شاہکار "بمبئی حج ہاؤس" پر خط ثلث میں کی گئی خوبصورت خطاطی ہے۔ اور یہ عمارت موصوف کی دلکش خطاطی کی وجہ سے ہر راہ گیر کی توجہ اپنے جانب مبذول کرتی ہے۔

آخری ایام میں آپ کو مرض سرطان لاحق ہو گیا تھا۔ یہ مشکل وقت آپ نے اپنے وطن ٹونک میں انتہائی صبر اور حوصلے سے گزارا۔ بالآخر حیات مستعار کی گھڑیاں ختم ہوگئیں اور وہ عظیم انسان جس نے ہندوستان میں عمر بھر چراغِ فنِ خطاطی کی لو مدھم نہ ہونے دی ، ۲۵؍ جون سنہ ۱۹۹۴ء کو وہ اپنے خالق حقیقی سے جا ملا۔

خط ثلث، دیوانی، رقعہ اور جدید نسخ (ٹائپ) کے مفردات کی مشق مع پیمائش جس میں طلباء کی سہولت کے پیش نظر
روش قلم کا مظاہرہ خصوصی طور پر کیا گیا ہے۔ مشق خورشید ٹونکی تلمیذ خلیق ٹونکی

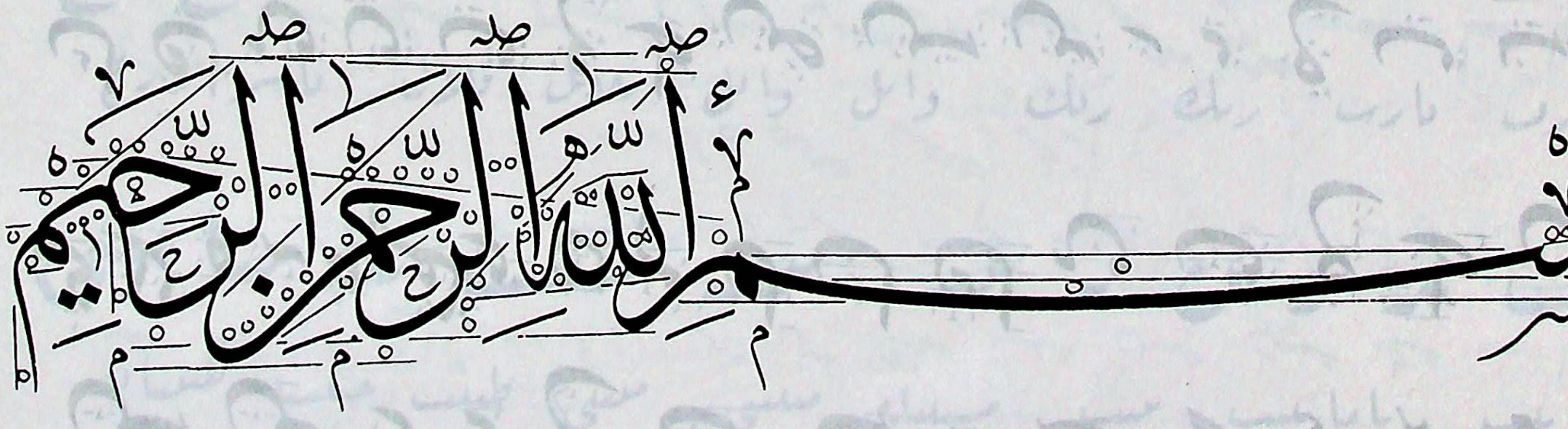
خط رقعہ

رقعہ کے لغوی معنیٰ کسی چیز کے ٹکڑے اور خط کے ہیں۔ یہ ملا جلا آمیزش والا خط ہے۔ اس خط کو خط وضع کرنے والوں اور ماہرین فن نے خط نسخ اور دیوانی سے ملا کر بنایا ہے۔ اس کا رواج اولاً عثمانی ممالک میں ہوا اور وہاں سے بہت سے اسلامی علاقوں میں جاری ہوا۔ آج کل یہ خط عربی ممالک میں شارٹ ہینڈ، یادداشتوں اور نامہ نویسی میں استعمال ہوتا ہے۔ یہ خط شکست کی طرح ہے جو کہ ملک ایران میں مروّج ہے۔

تاریخی سندیں گواہی دیتی ہیں کہ یہ خط فاتح محمد کے زمانے میں ۸۵۵ - ۸۸۶ھ وجود میں آیا۔ اِس خط کو بحیثیت قدر ومنزلت کے خط محقق، ریحان، ثلث، توقیع، رقاع، نسخ، نستعلیق اور خط شکست کے زمرے میں نہیں رکھا جاسکتا، کیوں کہ یہ خط تو بڑے اونچے درجے کے خط ہیں۔

خط رقعہ کی کتابت کا طریقہ تقریباً خط ثلث رواں جیسا ہے۔ یہ فطرتاً اپنے طور پر لکھا جاتا ہے۔ بعض حروف کے آخر میں تصنع اور بناوٹ ہے جیسے عبد کے آخر کی دال (عبد) اور رے (ر) اور واو (و) (نزاکت) ظاہر نہیں ہوتی، ان میں کوئی زیب وزینت ہی نہیں ہے۔

ماہر استادوں کے کہنے کے مطابق خط رقعہ کو بہتر طور پر لکھنے کا بھید چار حرفوں میں ہے، نون، الف، با، اور عین مفرد، یعنی اگر کاتب ان چار حرفوں کو اصول وضوابط کے مطابق صحیح لکھ لے تو باقی حروف کو اِنھیں چاروں حرفوں سے استخراج کرلے گا۔



خط ثلث میں بسم اللہ شریف لکھنے کا مخصوص انداز۔ بہ خط استاد شاکر عباس جودی (بغداد)

مشق مفردات خط رقعہ

. ہ ء = ــ ا ب ب ح د ر س س

ص ط ع ف ق ک ک ل م ن و ھ ہ ہ لا ی

ا ب ح د ر س س ص ط ع ف ق ک ک

ل م ن و ھ ہ ہ لا ی

استاد ہاشم بغدادی

مشق مرکبات خط رقعہ

بلح بلح بہ بہ بہ بلا بلا بل بل بک بک بحا با

بارح بامر بلال بلال وال وال بک بک بار بار

بسی بسا بسا بسا بسط بسہ بسہ بہ بن بز بز بب

طسان حسب طبب بسی بسی بساہ بس باباس باس

بکا بسکا بے بی بو بو بف بع بط بص بس بس

استاد ہاشم بغدادی

مشق مرکبات

حا حج حد حر حص حع حق حم حه حلا حی

حاحب حط حسن حس حف حك حل حو حماب حماج حمر حهه حهه

احی حاحی حمال نجاره بجاره بحره وله محاسب وصحابی عجب محبوب لحد

ابحر وبصحر وصحیح محاسبه

سا سنا سب سج سم سد سر سس سص سط سه سلا سی

سف سق سو سو سفان سلم دواحسان سا وملسی سی فی قرطاسه وقلمه سال

استاد هاشم بغدادی

مشق مرکبات

ضا صب صح صر صد صصم سص سص صه

صحراء صدیق صمیم مستحضر حضور مستفیض فیض شخص مخصص

طا طب طح طد طر ططط رط طفل لطف مسوطن

طشت مطابخ لطیف منطف طه طموح یطالب طهور بطل طیار

عا عب عج عر عط عهه عی بعد معا معلوم صعم

استاد هاشم بغدادی

مشق مرکبات

عد عادل عور عصر مسعفر عفور معروف مانع مرجع مربع طامع نوع

فاتح فر فن فی فے نفا نفح حفر مسفی فنف نو سق عقو

فلاف سفس راف صف محص واف فدر مصدر قلمہ نقلم قل قم وط

کا کا کب کج کد کر کش کص کف کو لم لن کھ ہہ کلا کی کے

کاس کساب الکساب کریم مکمل مکرم کامل مسکون کحکاک ملکوب صطکوک

استاد ہاشم بغدادی

مشق مرکبات

ككك بكر ملكه بلكك وعكسه ى حكر فلكك

كجك كلام بكمال موكل بكلف بكمل بلسل بلسل سسكا سسكا اركانه

مكس مكسوف كمال بكمل كماسه وسكر سكر مسكور ملسلر كمسه عالم معلول معلم

بنامس مح مدمرمص مع مف مومن مم ملامى

موموق مرموق ومحمد مكمل مع محمود ومعروف بمعالم الكمال ومسرور بمصطفى

استاد ہاشم بغدادی

بسم اللّٰہ الرّحمٰن الرّحیم

انّا انزلناہ فی لیلۃ القدر وما أدرٰنک مالیلۃ القدر

لیلۃ القدر خیر من الف شہر

تنزّل الملائکۃ والرّوح فیہا باذن ربّہم من کلّ أمر

سلامٌ ھی حتّٰی مطلع الفجر

خورشید ٹونکی

جدید نسخ (ٹائپ)

عربی زبان کے اخبارات و رسائل کی بآسانی کتابت کی ضرورت کے پیش نظر غالباً مصر میں "جدید نسخ" (ٹائپ) کا وجود عمل میں آیا۔ شروع میں یہ مصری خط (مصری ٹائپ) کے نام سے ہی موسوم کیا جاتا تھا بعد میں اس کو جدید نسخ کا نام دیا گیا۔

میرے نزدیک یہ خط "نسخ عربی" کی ہی ایک قسم ہے۔ اصل خط (نسخ) کے جوڑ و پیوند، دَور کی شکل اور کششوں میں جو لچک و سبکی تھی ان کو ختم کرکے سطح دے دی گئی اور حروف کے سرے، شوشے، جوف، دائرے وغیرہ اور ان کی پیمائش کے قواعد میں معمولی تبدیلی کے ساتھ اس خط کی شکل عمل میں آئی۔

ٹائپ مشین کے لیے اس خط کے حروف کے بلاکس اس رعایت کے ساتھ تیار کیے گئے ہیں کہ جگہ کی کمی وزیادتی کے پیش نظر الفاظ کو بآسانی گھٹایا بڑھایا جاسکتا ہے۔

بحیثیت خط، فن خطاطی کی کتابوں میں جدید نسخ (ٹائپ) کا کوئی نمونہ یا اصول وضوابط اب تک دیکھنے میں نہیں آئے اور نہ جدید نسخ کا شمار مسلمہ خطوط میں ہوتا ہے۔ تاہم اس خط کی ترویج کے پیش نظر اس کے مفردات اور مرکبات طالبانِ خطاطی کی مشق کے لیے شامل کتاب کیے گئے ہیں اور ساتھ ہی اس خط کی دیگر اقسام کے چند نمونے جوکہ مختلف عربی زبان کے رسائل میں مستعمل ہیں، دیے جارہے ہیں۔ برِصغیر میں اس خط کا استعمال عموماً اردو اخبارات و رسائل کی سرخیوں اور خصوصاً عربی زبان کے اخبارات و رسائل اور کتب کے متن میں ہوتا ہے۔ آج کے ترقی یافتہ اور کمپیوٹرائزڈ دَور میں یہ ایک، عام اور مروجہ خط بن گیا ہے اور ہندوستان میں اس خط کو رواج دینے میں میری معلومات کے مطابق مولانا وحید الزماں صاحب کیرانویؒ استاد عربی ادب دارالعلوم دیوبند کی خصوصی توجہ ہی۔

مشق مفردات و مرکبات خط نسخ جدید (ٹائپ)

اب ج د ر س ص ط ع ف ك ل م ن و ه لا ی

باس بح بد بر بس بص بط بع بف بك بو بل بم

بن بوبه بلا بی   حاحب حح حد حر حس حص

حط حع حف حو حك حل حم حن حوحه

حلا حی ساسب سح سد سر سس سص

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

سط سع سف سق سك سل سم سن سو سه

سلا سی صا صب صح صد صر صس صص

صط صع صف صق صل صم صن صو صه

صلا صی طا طب طح طد طر طس طص

طع طف طق طك طل طم طن طو طه طلا طی

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

عا عب عج عد عر عس عص عط عع عف

عق عك عم عں عو عه علا عی

فا فب فج فد فر فس فص فط فع فف فق

فك فل فم فں فو فه فلا فی

کا کب کد کر کس کص کط کع کف کق

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

كك كل كم كں كو كـه كى كى

ما مب مح مد مر مس مص مط مع

مف مو مك مل مم مں مو مـه ملا مى

ها هب هح هد هر هس هص هط هع هف

هو هك هل هم هں هو هه هلا هى

به خط خورشید ٹونکی

اجازات رائعة لك ولجميع أفراد أسرتك

لجنة الأنشطة تعزيز لعمل
مكتب الشهيد خاصة في
الجوانب المعنوية والنفسية

أهل الكتاب الذين قاتلوا فقتلوا في سبيل الله
قبل الإسلام هم شهداء بالمعيار الذي حدده
رسول الله صلى الله عليه وسلم للشهيد

خط نسخ جدید (ٹائپ) جلی وخفی کے چند نمونے

خط ثلث

خط ثلث تمام اسلامی مختلف خطوط میں خوبصورت ترین خط ہے۔ خط محقق اور خط ریحان کے بعد یہ تیسرا خط ہے، غالباً اسی لیے یہ خط ثلث کے نام سے مشہور ہوا۔

اس کی وجہ تسمیہ کے بارے میں مختلف آراء پائی جاتی ہیں :۔

(۱) جو شخص اس خط پر عبور حاصل کر لے وہ باقی تمام خطوط بآسانی لکھ سکتا ہے۔ یہ خط مشکل ترین خطوط میں سے ایک ہے۔

(۲) اس خط میں چھٹے حصوں میں سے گردش دو حصے اور سطح چار حصے ہوتی ہے۔ اس تناسب کی وجہ سے بھی اسے ثلث کہا جا سکتا ہے۔

(۳) مختلف خطوط لکھنے کے لیے کاغذ کے علاحدہ علاحدہ سائز مخصوص تھے۔ سب سے بڑے سائز کا کاغذ طومار کہلاتا تھا جس کی چوڑائی گھوڑے کے چوبیس بالوں کے برابر ہوتی تھی۔ خط ثلث لکھنے کے لیے اس کاغذ کا ایک تہائی $\frac{1}{3}$ کاغذ (گھوڑے کے ۸ بالوں کی چوڑائی) درکار تھا، اس لیے اسے ثلث کہا گیا۔

(۴) ثلث کے لفظی معنی تہائی ($\frac{1}{3}$) کے ہیں۔ خط ثلث کی دو قسمیں ہیں۔ پہلی ثقیل دوسری خفیف۔

ثقیل :۔ اس قسم کے ذیل میں زیادہ عبارت کو کم جگہ میں اوپر نیچے سیٹ کر کے لکھا جاتا ہے ساتھ ہی قلم کی موٹائی کا بھی خیال رکھا جاتا ہے۔ ثلث کی یہ قسم پڑھتے وقت عموماً دشواری ہوتی ہے۔ اساتذہ نے اس کو ثلث جلی کے نام سے موسوم کیا ہے، لہٰذا دور حاضرہ میں اس کو ثلث جلی کے نام سے پکارا جاتا ہے۔

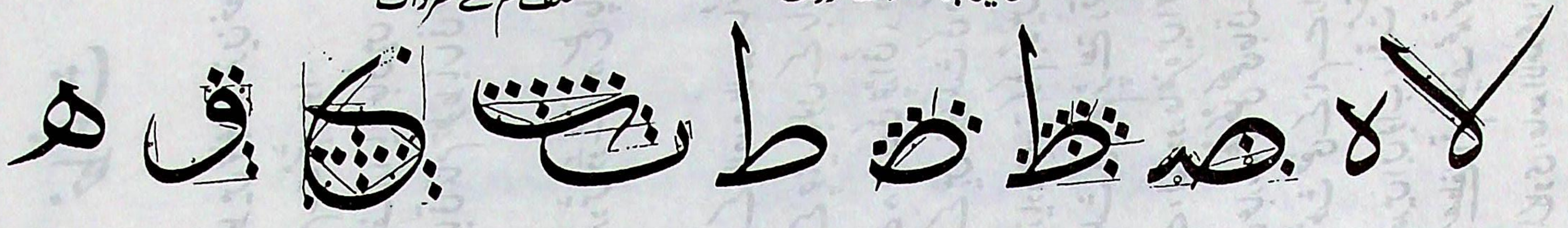
خفیف :۔ اس قسم کے ضمن میں عبارت کھلی کھلی لکھی جاتی ہے جو پڑھنے میں آسان ہوتی ہے۔ اس کے قلم کا قط نسبتاً خفی رکھا جاتا ہے جو آج ثلث خفی کے نام سے رائج ہے۔

اس خط کا موجد ابن مقلہ ہے۔ بعد میں ابن بواب، یاقوت مستعصمی، عبداللہ صیرفی، احمد سہروردی، اسمٰعیل بغدادی، نعمان ذکائی، حمداللہ اماسی، حافظ عثمان، مصطفےٰ راقم، نظیف محمد شوقی، محمد امین رشدی، سامی آفندی، شیخ احمد کامل آفندی، عزیز الرفاعی، اسمٰعیل حقی، حسن چلپی، محمد علی المکاوی، حامد الآمدی، سید ابراہیم مصری، ہاشم محمد بغدادی اور الشیخ علی بدوی وغیرہ مشہور و معروف خطاطوں نے اس خط کو جلا بخشی۔ برصغیر میں سید انور حسین نفیس رقم لاہوری، استاد محمد خلیق ٹونکی اور شفیق الزماں (پاکستان) نے خط ثلث کو دیگر عربی خطوط مروجہ کے ساتھ بام عروج پر پہنچایا۔

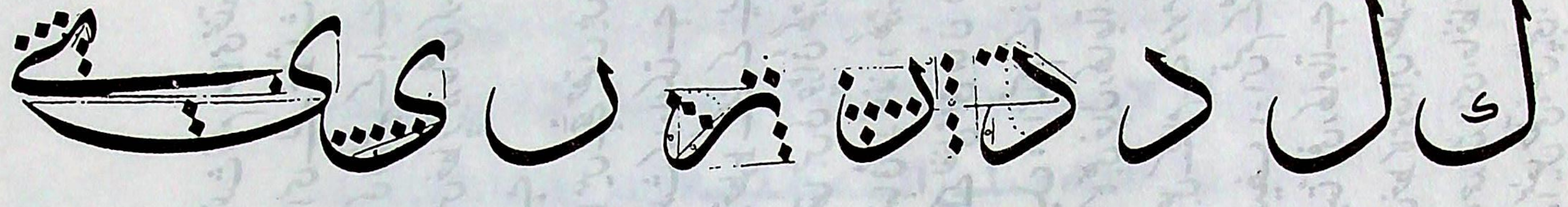
مشق مفردات

تنہا الف اور اس کے ساتھ ملنے والے حروف — مختلف قسم کے مفردات

کلمے کے اوّل میں جُڑنے والے حروف — مختلف قسم کے مفردات



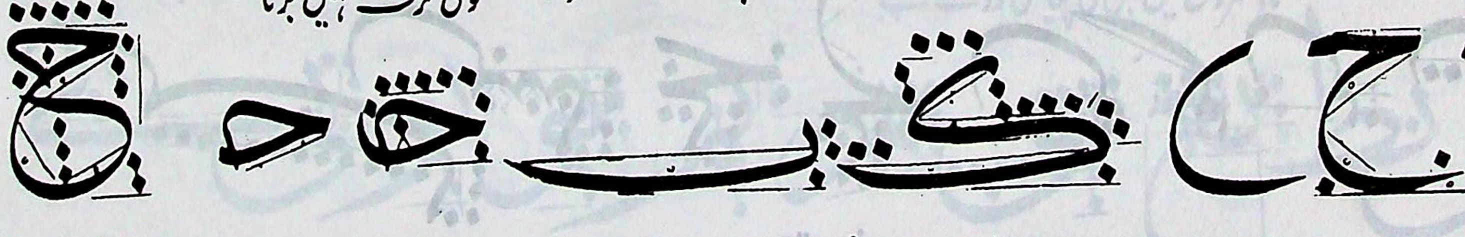
یائے ممدودہ



بہ خط استاد ہاشم بغدادی

مشق مفردات

تنہا حرف (ح) — بغیر ملا ہوا چٹانی کاف — کھینچ کر بننے والی مفرد باء — وہ بادامی حاء جس کے اوپر کوئی حرف نہیں جڑتا



جدا جدا شروع میں آنے والی میمیں — شروع میں اور جڑ کر آنے والی ہائیں

عین صادی شروع میں اور اکیلی — صادی عین لپٹے دامن (بند دامن والی) — مشق مفردات

بہ خط استاد ہاشم بغدادی

مشق مفردات و مرکبات

آخر میں جڑنے والے مفرد حرف

آخر حرف سے ملنے والی باد

باد کا تین نقطے والا جوڑ جو آخر حرف سے ملا ہوا ہے

ء وہ ہمزہ جو الف کے ساتھ استعمال ہوتا ہے

ء ہمزہ ثانی کاف خط ثلث نسخ اور اجازہ

بہ خط استاد ہاشم بغدادی

مشق مرکبات

باد شروع میں جس کی پیمائش دو نقطے ہے — باد شروع میں جس کی پیمائش تین نقطے ہے

بص بط بغ بق بر بمر بو بو بی بے

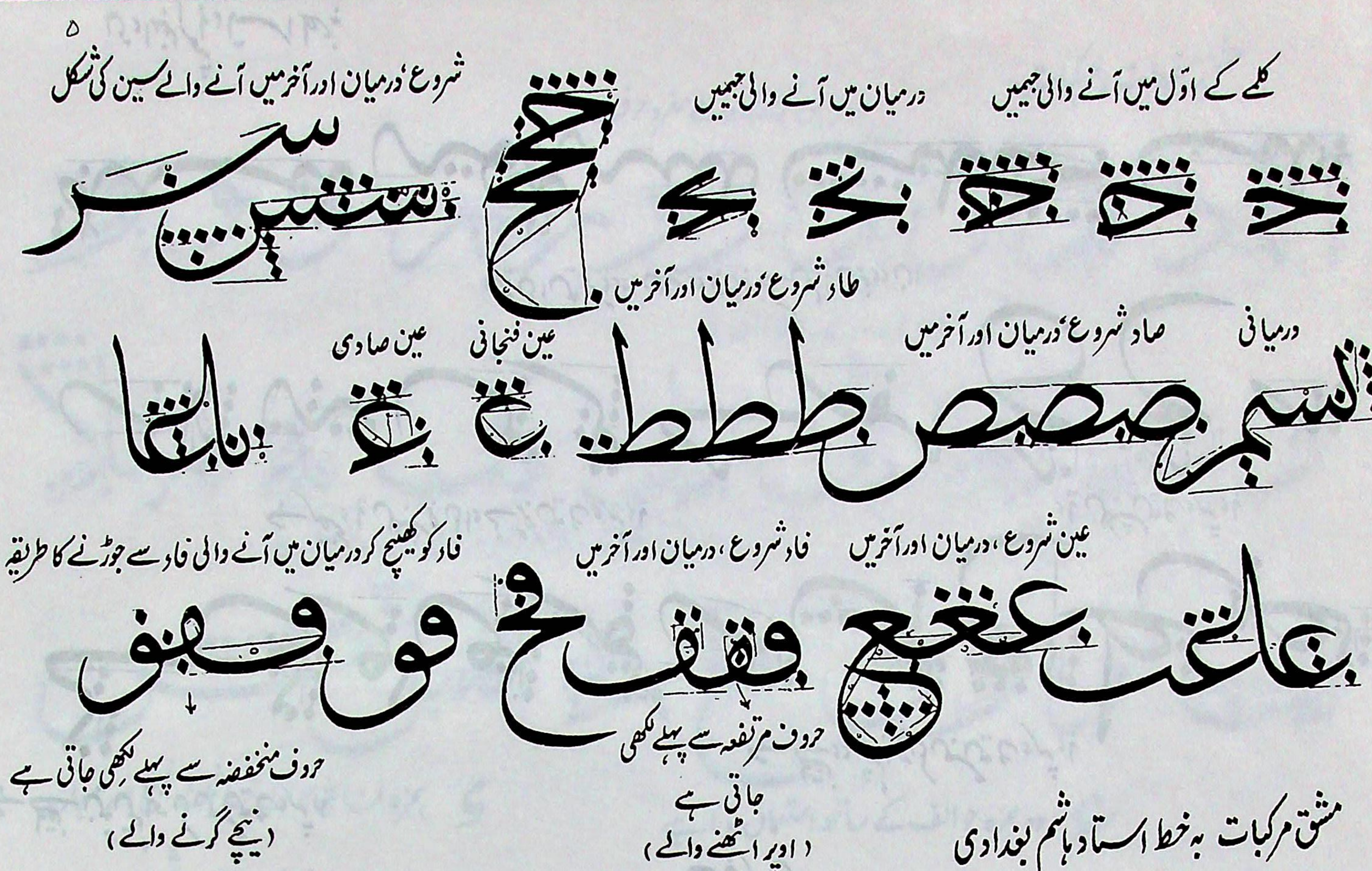
باد شروع میں شکل یاد — باد شروع میں جڑنے والی جو شکل یا مختصر ہے

بہ بخ بج بہرے بز بیں بنہ بمر

ان دونوں باؤں کے جوڑ جو درمیان اور آخر میں آتی ہیں

بلب بخنت بلسہ بلہمہ بلنبہ

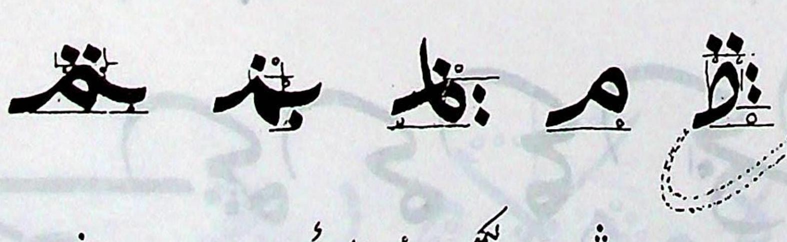
بہ خط استاد ہاشم بغدادی



مشق مرکبات بہ خط استاد ہاشم بغدادی

کاف چٹّانی آخری کاف کے ساتھ　　کاف سیفی، کاف زنادی سے پہلے　　کاف سیفی تنہا اور درمیان میں

لام شروع، درمیان اور آخر میں　　لفظ اللہ اور　　لفظ محمد لکھنے کا خاص قاعدہ　　شروع کی میمیں　　درمیان کی میمیں



درمیانی میم　　آخر میں لکھی جانے والی میمیں　　شروع میں لکھی جانے والی ہائیں　　درمیانی ہاء

مشق مرکبات بہ خط استاد ہاشم بغدادی

مشق مرکبات

شروع، درمیان اور آخر میں استعمال کی جانے والی ہائیں

ھھہ جہہ فہہ لہہ مہہ تحہ

آخر میں آنے والی ہائیں اور ان کو مختلف حروف سے جوڑنے کا طریقہ

بی سی صی طی عی فی می متی ھے

تنہا تنہا کلمات برائے مشق

علی لھم عہم سعں قص صطعلاہ

ع ح ط ص س ہ م ٧ ٨ ا ء سہ ـا ﷽ ہ و و و و ے ے

ا ھ ہ م م

خط ثلث کے اعراب اور زینت بخشنے والے نشانات

بہ خط استاد ہاشم بغدادی

مشق مفردات خط ثلث

ا ب ج ح د ر س ص ط ع ف

ق ک ل م ن و ه لا ی ے

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

با بب بج بد بر بز بس بص بط بع بف

بق بو بک بل بم بن بو به بلا بی بے

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

جا جب جح جد جر جس جر جص

جط جع جف جق جک جل جم

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

جم جز جو جھ جہ جبہ جلا جی جی بنا بب

سج سد سر سر سس سر سص سط سع

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

شف شو شک شل شم شم شم

شر شو شہ شلا شی شے صا صب صح

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

صد صر صس صص صط صع

صف صق صک صل صم صہ

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

ضن ضو ضہ ضلا ضی ضے طا طب طج

طد طر طن طس طص طط طع

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

طو طن طمر طم طس طل طل طک طق طف

طہ طھہ طلا طی عا عب عج

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

عد عر عس عص عط عع

عف عق عک عل عم عن عو

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

عمہ عہ علا عی ع فا فب فج فد فر فو

فر فس فش فص فط فع فف فق فک فل

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

فسم فمر فن فو فه فلا في کا کب کج

کد کر کس کش کص کط کع

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

کف کو کک کل کم کم

کن کو کہ کلا کی کی کا

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

ما مب مج مد مر مں مس مص مط مع

مف مق مک مل مم مں مو مہ لا می مے

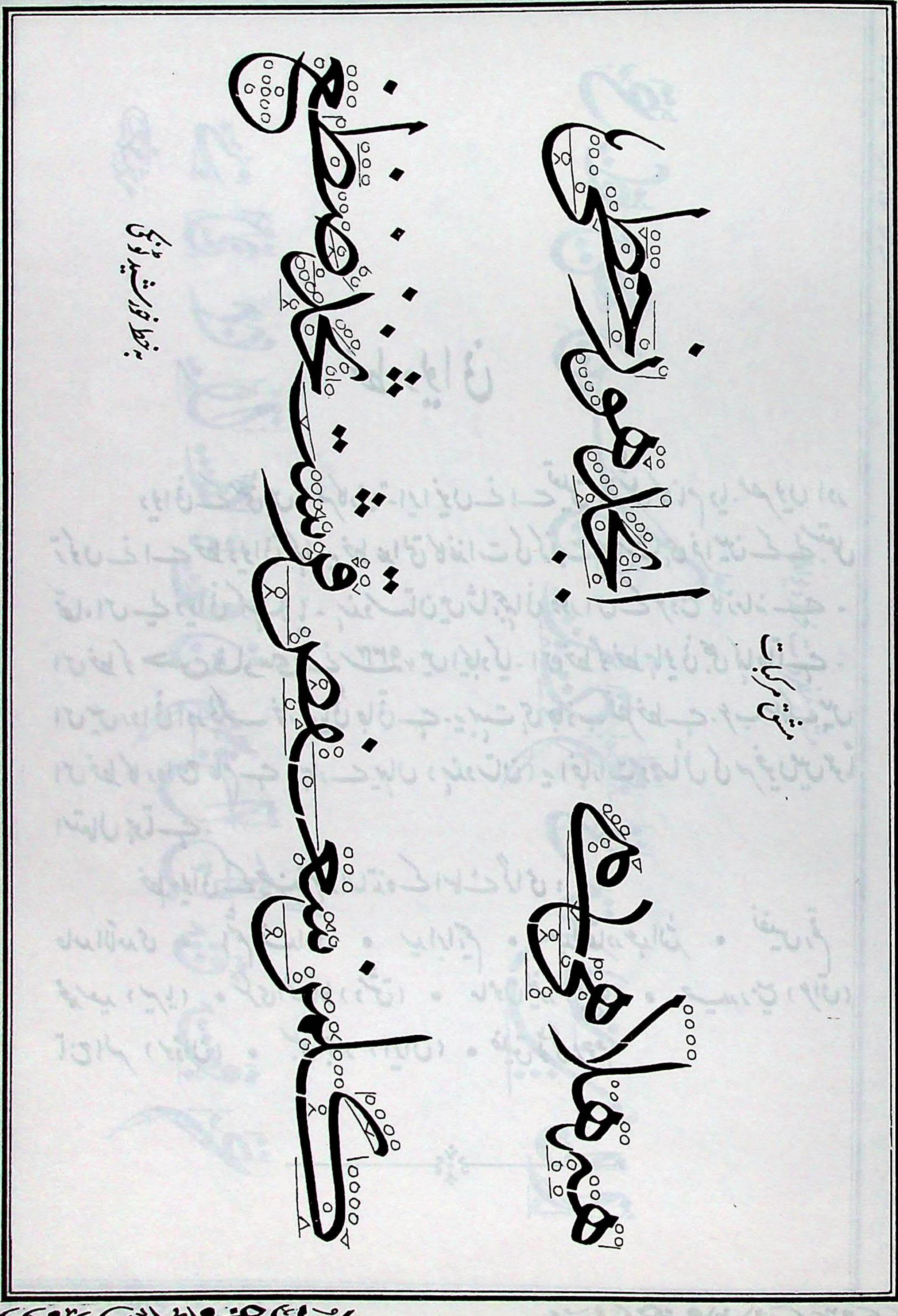
به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

ها هب هج هد هر هز هس هش هص هط

هع هف هق هك هل هم هر هم هن هو

به خط خورشید ٹونکی



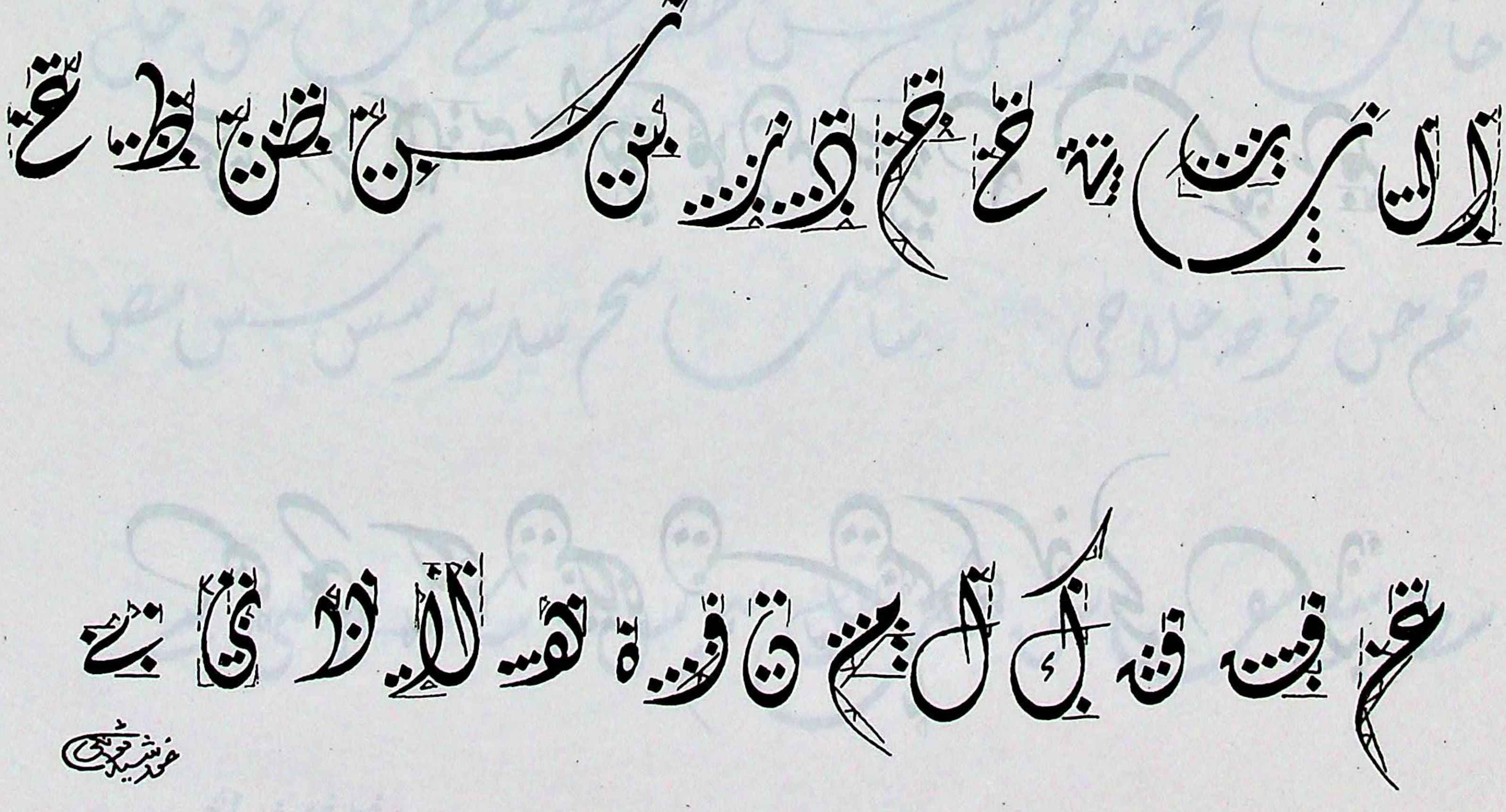
خط دیوانی

دیوانی کے معنیٰ ہیں " سرکاری"۔ ایرانیوں نے اسے تعلیق و ترسُّل کا نام دیا۔ مصریوں اور ترکوں نے اسے خط دیوانی کہا۔ یہ خط عدالتی کاغذات کی کتابت اور شاہی فرامین کے لیے مستعمل تھا، اس لیے دیوانی کہلایا۔ ہندوستان میں شاہجہانی دور اس کے عروج کا زمانہ ہے۔ اس خط کو حسن فارسی نے ۹۳۴ء میں ایجاد کیا۔ اس خط کو خط ہمایونی بھی کہا جاتا ہے۔ اس میں روانی اور لچک خوب پائی جاتی ہے۔ یہ بہت ہی جاذب نظر خط ہے۔ عرب ممالک میں اس خط کا رواج عام ہے۔ ہمارے یہاں (ہندوستان) یہ اخبارات و رسائل کی سرخیوں میں عموماً استعمال ہوتا ہے۔

خط دیوانی کے چند مشہور اساتذہ کے اسمائے گرامی :

حامد الآمدی • ہاشم بغدادی • سید ابراہیم • عبدالقادر عبداللہ • نفیس رقم محمد سعید (سیریا) • شکری الخطاط (دمشق) • مامون یغمور (سیریا) • حیدر ربیع (عراق) تاج السر (سوڈان) • سبتی جواد (ایران) • خلیق ٹونکی مرحوم

مشق مفردات خط دیوانی



خورشید گوہر

مشق مرکبات خط دیوانی

بنا نح بد تر بشن س قض بط بغ بف

فو بک بل تجم بن بو تجھ تہ بلا بی بے

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

حا حی حم حد حر حس حش حص حط حع حف حق حل

حم حں حو حه حلا حی سا سی سح سد سر سس سص

سط سع سف سو سک سل سم سں سو سه سلا سی سے

به خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

صا صح صد صر صس صص صط صع صف صق

صک صل صم صن صو صہ صلا صی صے طا طح طد طر

طس طص طط طع طف طق طک طل طن طو طہ طلا طی

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

عا عب عح عد عر عس عـــس عص عط عع عف عو

عک عل عم عں عو عہ علا عی عے فا فب فح فد فر فس

فـــس فص فط فع فف فو فک فل فم فں فو فہ فلا فی فے

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

کما کل کح کد کر کس کس کص کط کع کق کف کک کل کم

کو کہ کلا کی کے ما مں مح مد مر مس مس مص مط مع

مو مو مک مل مح من مہ ملا می مے ھا ھں ھح ھد ھر

بہ خط خورشید ٹونکی

مشق مرکبات

ھس ھس ھص ھط ھع ھف ھو ھک ھل ھم ھو

ھہ ھلا ھی ھے ابجد ھوز حطی کلمن سعفص

قرشت ثخذ ضظغ

بہ خط خورشید ٹونکی

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

احفظ الله يحفظك احفظ الله تجده تجاهك إذا سألت فاسأل الله وإذا

استعنت فاستعن بالله واعلم أن الأمة لو اجتمعت على أن ينفعوك بشيء لم ينفعوك إلا بشيء قد كتبه الله لك

وإن اجتمعوا على أن يضروك بشيء لم يضروك إلا بشيء قد كتبه الله عليك رفعت الأقلام وجفت الصحف

خط دیوانی میں حدیث شریف کی عبارت بقلم خورشید عالم ٹونکی

أيها الناس إن لكم معالم فانتهوا إلى معالمكم وإن لكم نهاية فانتهوا إلى نهايتكم فإن العبد بين

مخافتين أجل قد مضى لا يدري ما الله فاعل فيه وأجل باق لا يدري ما الله قاض فيه

فليأخذ العبد من نفسه لنفسه ومن دنياه لآخرته ومن الشبيبة قبل الكبر ومن الحياة قبل الممات

فوالذي نفس محمد بيده ما بعد الموت من مستعتب ولا بعد الدنيا من دار إلا الجنة أو النار

چند سطور به خط دیوانی بقلم ناصر عبدالعزیز المیمون (سعودیه)

نب کا استعمال

زمانہ قدیم میں نرکل یا نرسل، بانس یا سرکنڈہ کا قلم بنایا جاتا تھا جو آج بھی رائج ہے۔ طباعتی ضرورت اور رہنمائی کے دور میں نب اور ہولڈر کا استعمال زیادہ ہونے لگا ہے۔ یہ نبیں اور ہولڈر آج ہر جگہ دستیاب ہیں۔ باریک سے باریک اور موٹی سے موٹی نبیں مارکیٹ میں بآسانی ملتی ہیں ۔۔۔۔ ان نبوں میں روشنائی کو کنٹرول کرنے کے لیے بعض افراد کنٹرولر کا بھی استعمال کرتے ہیں تاکہ کاغذ پر روشنائی کی یکسانیت برقرار رہے اور روشنائی کہیں کم زیادہ نہ ہو۔

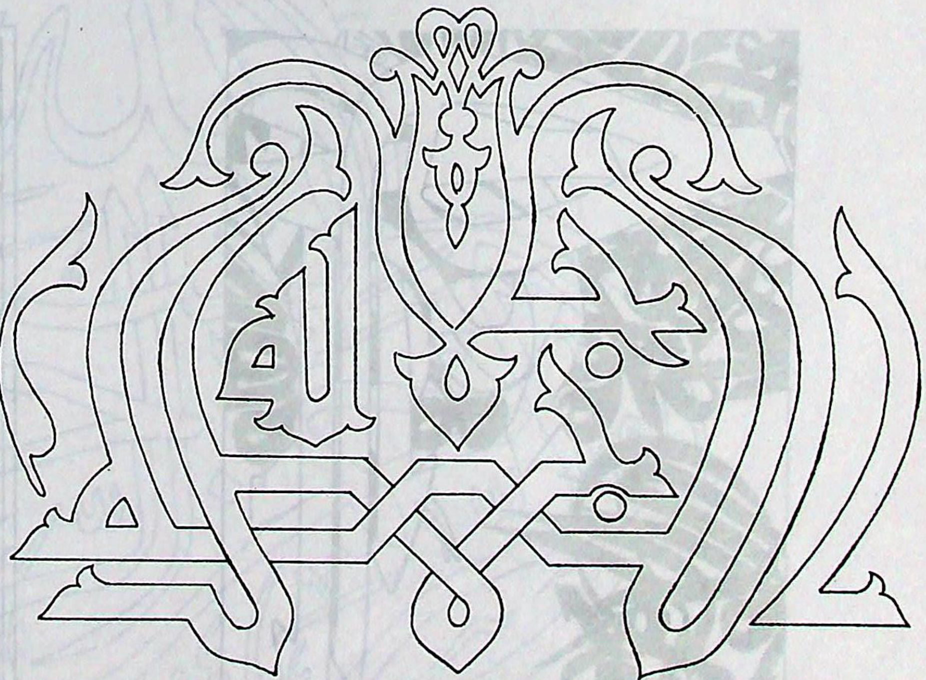
جدول اور حاشیہ کھینچنے کے لیے بھی باریک سے باریک نبیں بازار میں دستیاب ہیں۔ اور نبوں کے علاوہ پوئنٹیڈ پین بھی بازار میں ملتے ہیں جو لائن کھینچنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔

نب کو پتھر پر گھس کر خطاط اپنی مرضی کے مطابق قط کو سیدھا اور ترچھا بنا سکتا ہے۔ دورِ جدید کے کاتب زیادہ تر خفی کتابت کے کام میں نب کا ہی استعمال کرتے ہیں۔

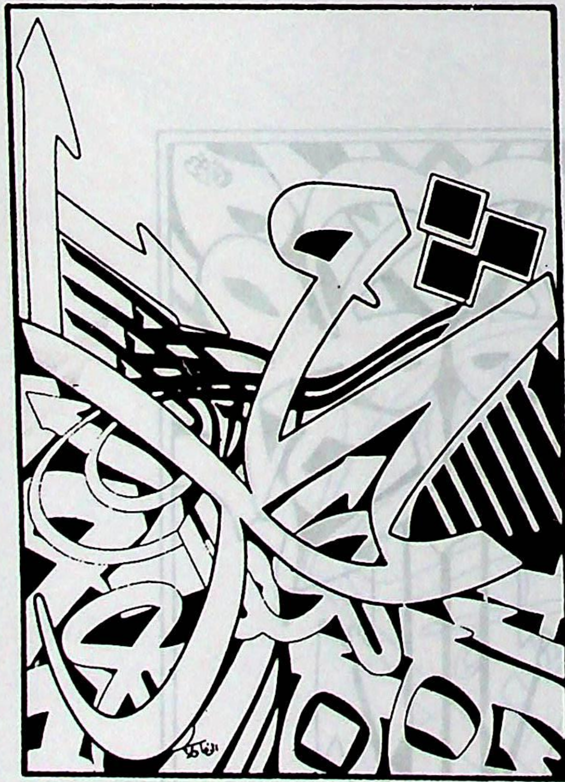
آج تیار شدہ نب فاؤنٹین پین میں استعمال کے لیے ہر جگہ دستیاب ہیں۔ مذکورہ قلم اور نبوں کی تصویر سامانِ خطاطی کے عنوان کے تحت دیکھ سکتے ہیں۔

پولی لکھائی

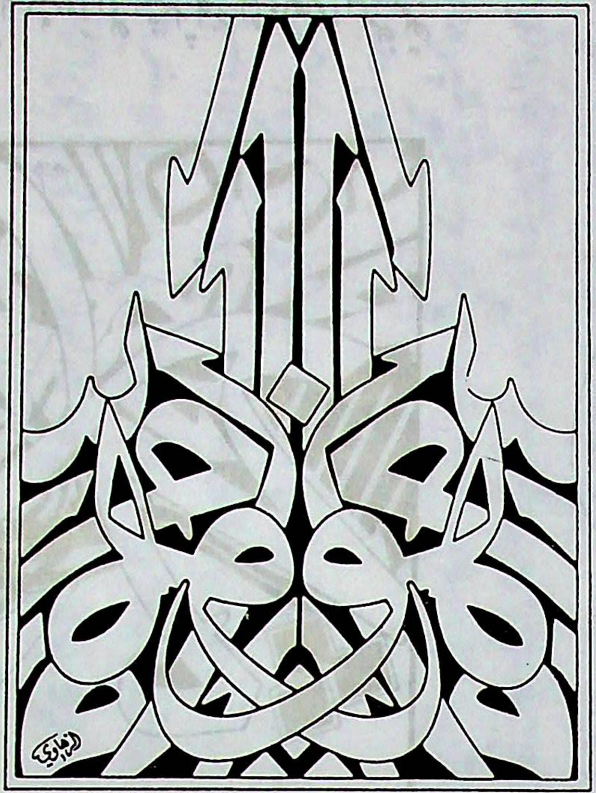
جس قدر بھی جلی لکھنا مقصود ہو اس کے لیے کاغذ کے ایک حصے پر قط کا نشان لگا لیتے ہیں پھر اتنا ہی قط پیش نظر رکھ کر ایک یا دوہری پنسل سے لکھا جاتا ہے۔ اس کے بعد روشنائی سے آؤٹ لائن کو پختہ کر دیا جاتا ہے۔



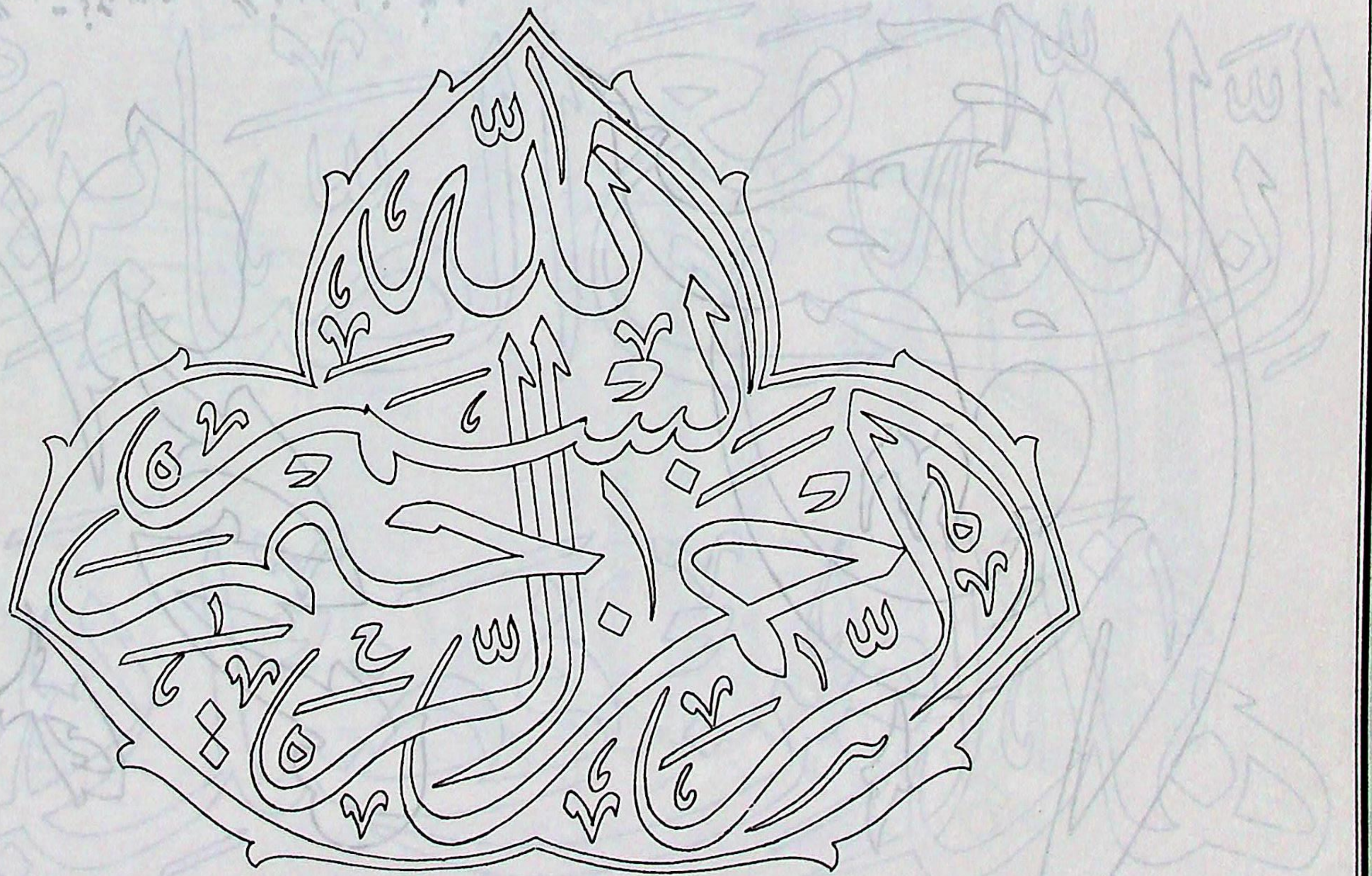
طغریٰ بشکلِ تاج بخطِ کوفی (اللہ جلّ جلالہٗ)



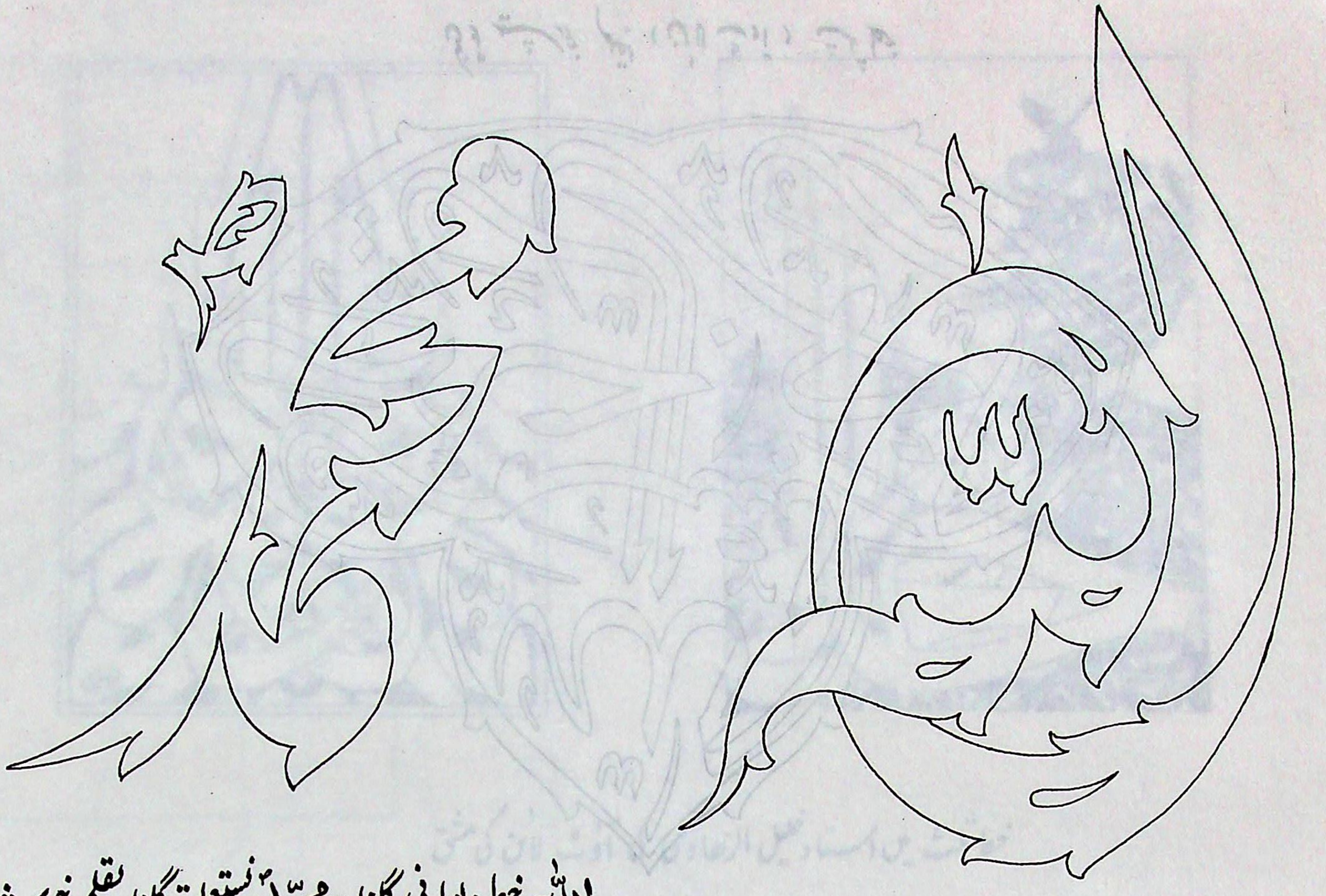
بقلم خلیل الزھاوی بخطِ ثلث جلی آوٹ لائن سے
اسم محمدؐ و دیگر مشق



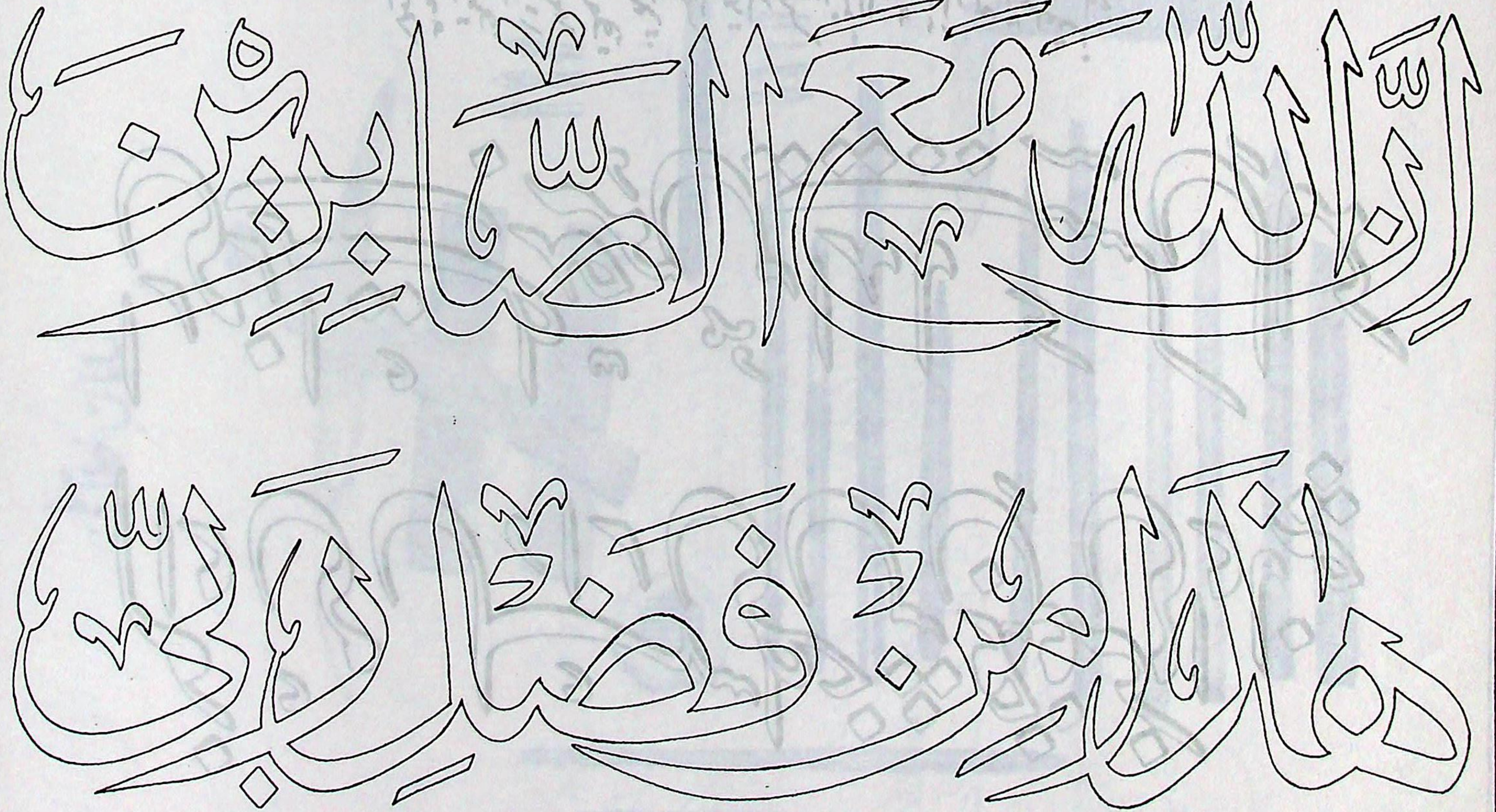
خط ثلث میں استاد خلیل الزھاوی کی آؤٹ لائن کی مشق



خط ثلث (آوٹ لائن) بقلم خورشید ٹونکی



اللہ خط دیوانی گلزار محمدؐ نستعلیق گلزار بقلم خورشید ٹونکی



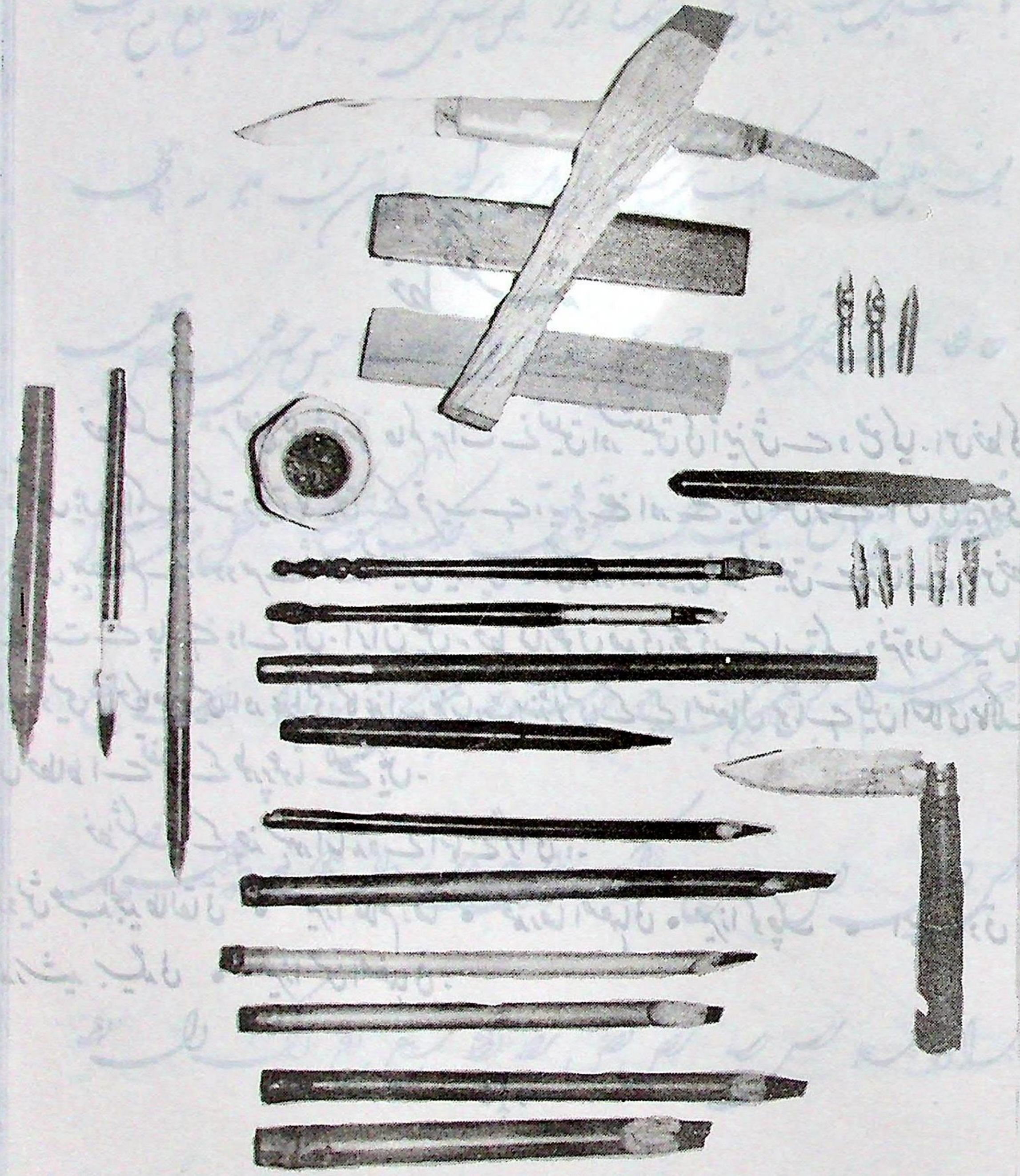
آؤٹ لائن بخط ثلث بقلم خورشید ٹونکی

چہ نادانی کہ فنِ خوشخطی را سہل می دانم

کمالِ کسب باید ایں ہمہ حدِ طرازی را

خط نستعلیق میں آؤٹ لائن کے ساتھ ایک شعر بقلم محمد خلیق ٹونکی

سامانِ خطّاطی



خط شکستہ

خط شکستہ " مرتضیٰ قلی شاملو" حاکمِ ہرات نے تعلیق اور نستعلیق کی آمیزش سے وضع کیا۔ اس خط کی دو قسمیں ہیں: ایک شکستہ دقیق جو تعلیق کے قریب ہے، یہ پڑھنے اور لکھنے میں مشکل تر ہے۔ اس کی پیروی آج کل بہت کم ہے۔ دوسرے شکستہ نستعلیق، یہ اپنی سادگی اور انداز میں خط نستعلیق سے ملتا ہے۔ اس خط کے بہت سے چاہنے والے ہیں۔ ایران میں یہ خط گیارھویں صدی ہجری سے اب تک دفتروں میں نامہ نویسی، احکام نویسی اور عدالتی کاغذات نیز شارٹ ہینڈ نویسی کے لیے استعمال ہوتا ہے لیکن اسلامی ممالک میں خطاط اسے تفنن کے طور پر عموماً لکھتے ہیں۔

خط شکستہ کے چند مشہور اساتذہ کے اسمائے گرامی :-

درویش عبدالمجید طالقانی • میرزا غلام رضا • محمد رضا اصفہانی • میرزا کوچک • امیر صادق
محمد رشید بیگدلی • میرزا حسن اصفہانی۔

لب لب له لا لع لد لر لس لص لط لک لا له لن له لی لی

با بت بتر بت بج بج بر بر بس بس بس بص بط بع بع بف

بف بق بق بک بک بل بل بن بن بو به بی

جه جه جت جت جت جج جج جد جد جر جر جس جس جس جص جص

جط جط جع جع جف جف جق جق جک جک جک جل جل جم

جم جم جن جن جو جه جه جی جی دا دب دج

دس دس دص دط دع دک دل دی دی دا دو ده دهی دی

سا سا سا سر سر سص سص سط سط سع سع سک سا سم

سی سه سر سی سی سا سا سب سب سج سج

سص سم سر سیر سہ سد سح سج سب سپ سن سہ

سہ سم سل سبل سق سک سک سق سو سف سف سج سع سط سط

صب صی صا صا صو سی سہ سہ سو سن سن سم

صف صف صج صع صط صض صق صر صر صہ صد صد صح صح

ضی صی ضہ صہ ضو صو ضم صم ضل صل ضق صق

طق طف طف طج طع طط طی طر طر طد طد طج طب طا

عی عی عد عد عط عط ظن ظن ظم ظم ظو ظو

عک عک عق عق عف عف عر عر عد عد عج عج

عی عی عہ عہ عو عو عن عن عم عم عل عل

فس فن فی فر فو فه فنه فد فه فی فج فی فر فب فب فا

قل قی قک قک فق فو قب قف قو قع قط قص قص

فه فی فی فه فنه فو فن فی فن فسم فم فی فل فل فی

کص کس کس کس کی کر کی کد کد کج کج کت کب کب کا کا

کم کم کا کل گل کب کب کک کک کق کو کف کف کع کع کط

لس لر له لد لی لج لب لب لب لا لا کی کو کو کن کس کس

لی له لو لی لی لم لک لک لف لف لی لع لط لص لص لس

مع مع مط مص مص مس مس مر مد مج مج مت مت ما

می می مر می مو مه مو من مم مل مک مک مت مف

لبوتھی لبم لبسم لبہ لکر لبر لبیر لبیھ لبھ لبصر لبر لبر لبع لا

بکی بکی بکن بنی بنی بنہ بکر بکب بحع بہ بعص بعص بعی بکج بعج بنا

بستم بستم بنیف بنیف بعض بعض بعض بسی بحنش بحر بہد بہر بیح بنج بیہ

جبیر جیر جبیر جید جید جبند جبع جبع جبت جبت جبب جبب حنا بی بی بہ بہ بی بی

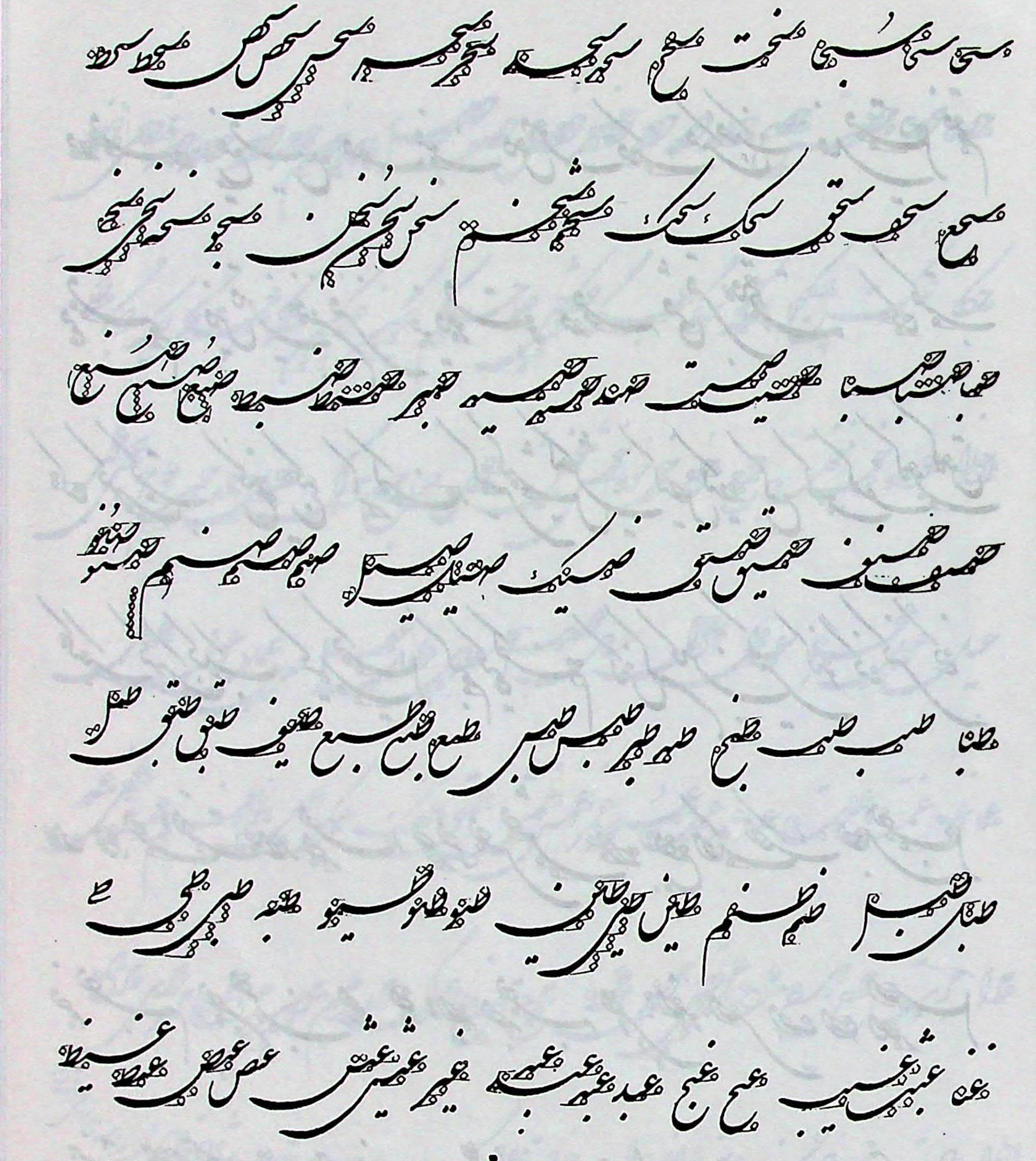
جبق جبع جمع جیف جسع جسع جبع جبط جبص جبص جس جبص جبتی جبتی

حبی حبی جبو جبی جبی ضبی ضبص جبم جبم حبم حبم حبہ حبر جبک جبنہ جنس جبنی جبک

سص سمی سمی سر سر سبر سبہ سبہ شیخ شیخ بنج سبت سبت سبت

سبہ سبک سبگ سبک سبق سبق سیو سیف سیف سیع سیع سبط سبط

شی شی سبیہ سبنہ سبہ سبو سبو سنی سنی شیخ سیم سیم سیم سیل سیل سینا



فتم فتل فیل فنک فنک ونک وفع فقع فیف فیف فسع فیع فنبط

کبت کبن فتحج فتی فقی فنه فنه فتبو فیو فنو فنی فتین فتین فنس فتیم فتم

کعق کبو کنف کبع کیع کبط کیص کبش کیش کبس کیس کهند کبهر کبج کنج کنب کبیب کبن

کنج کنی کنه کنو کنی کنن کنن کنی کنتم کیم کبم کبهل کبیل کبک کبک کبهر کبعر

وهل وهل وهک وهک وهع وفط وهش وهی وحی وحم وهمه وهد وهد وفت وفت وهن

وصل وضل وصد وضن وضع وضو وضی وضبه وجبه وعه وجه وجه وضب وضن وعم فعم

هسع هسع هسره هسیره هیط هیشی همس هفنر هتهر هنه هنیه هیچ هیتع هتتع هنت هنت

هنن هنیه هنبو هنی هسیم هیم هیتل هیلی هبت هکهی هکهی هنک هتنی هسیف هتیف

جص حص جضنت حصح [illegible]

جکا حکمت [illegible]

جنا جعت [illegible]

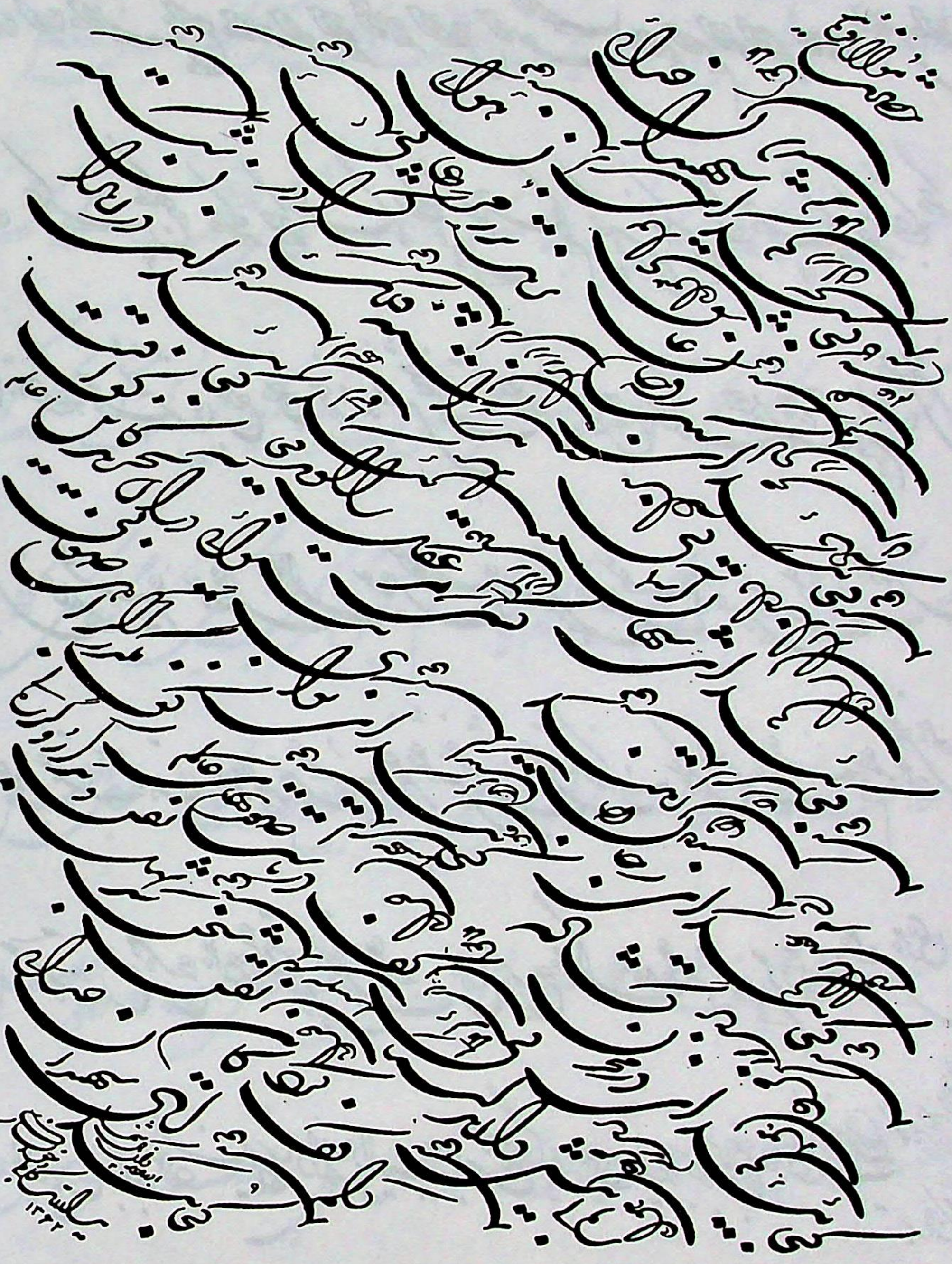
عیل عجل [illegible]

عما عما عمت [illegible]

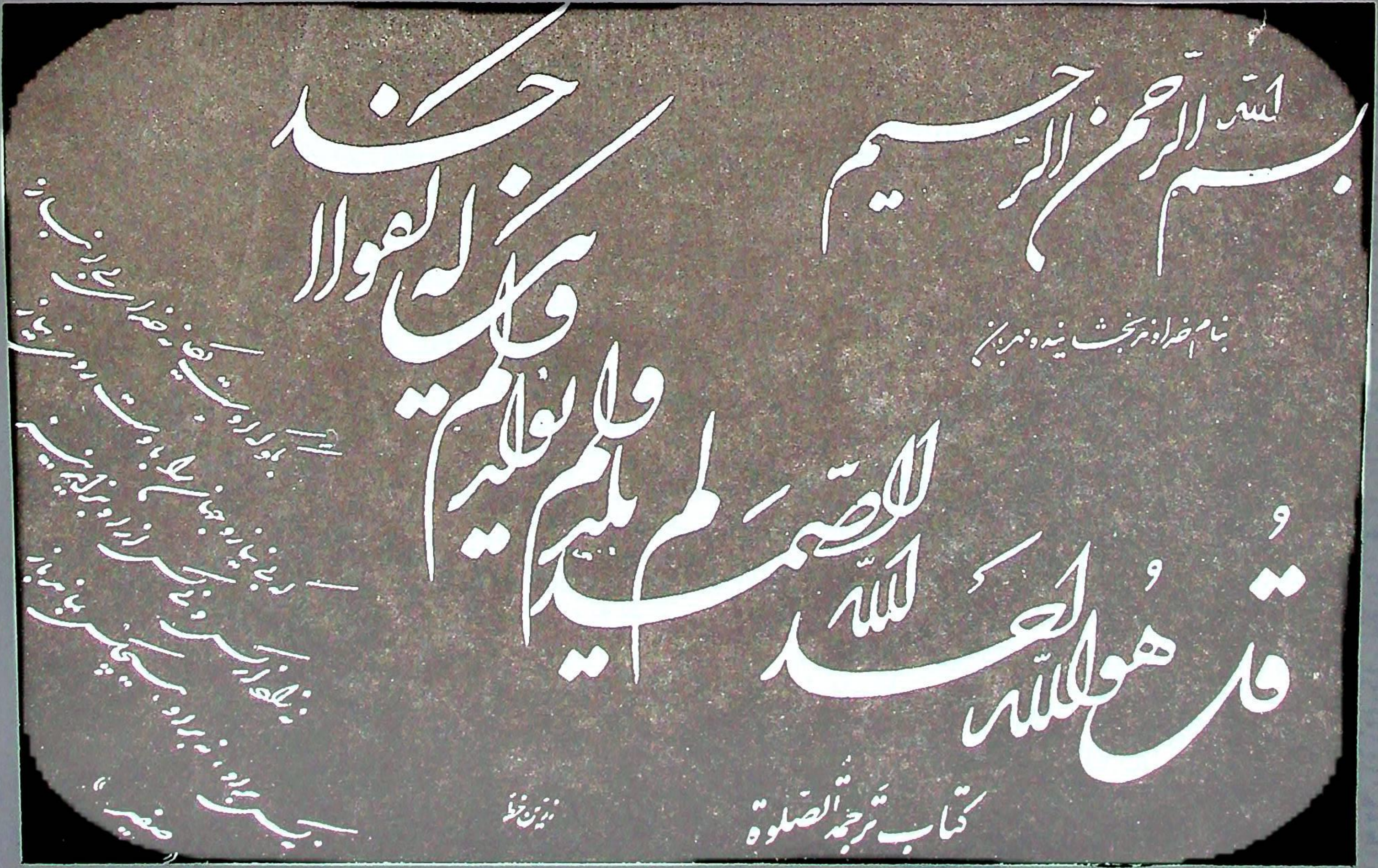
مما [illegible]

تا تا تا [illegible]

۱۳۶۱



خط شکستہ کی مشق ——— بقلم ید اللہ کابُلی

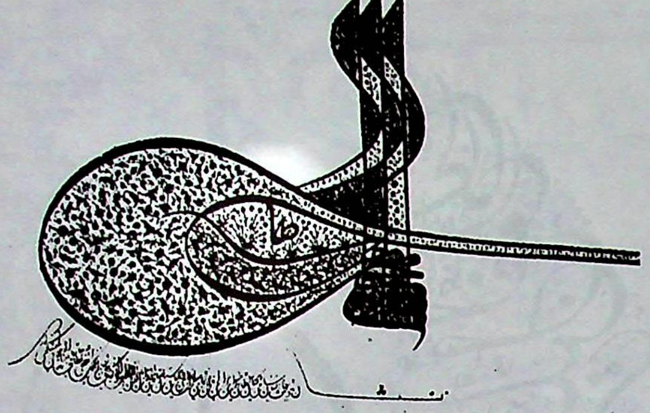


خط شکستہ میں سورۂ اخلاص مع بسم اللہ شریف بقلم زرین خط (ایران)

خطِ طغریٰ

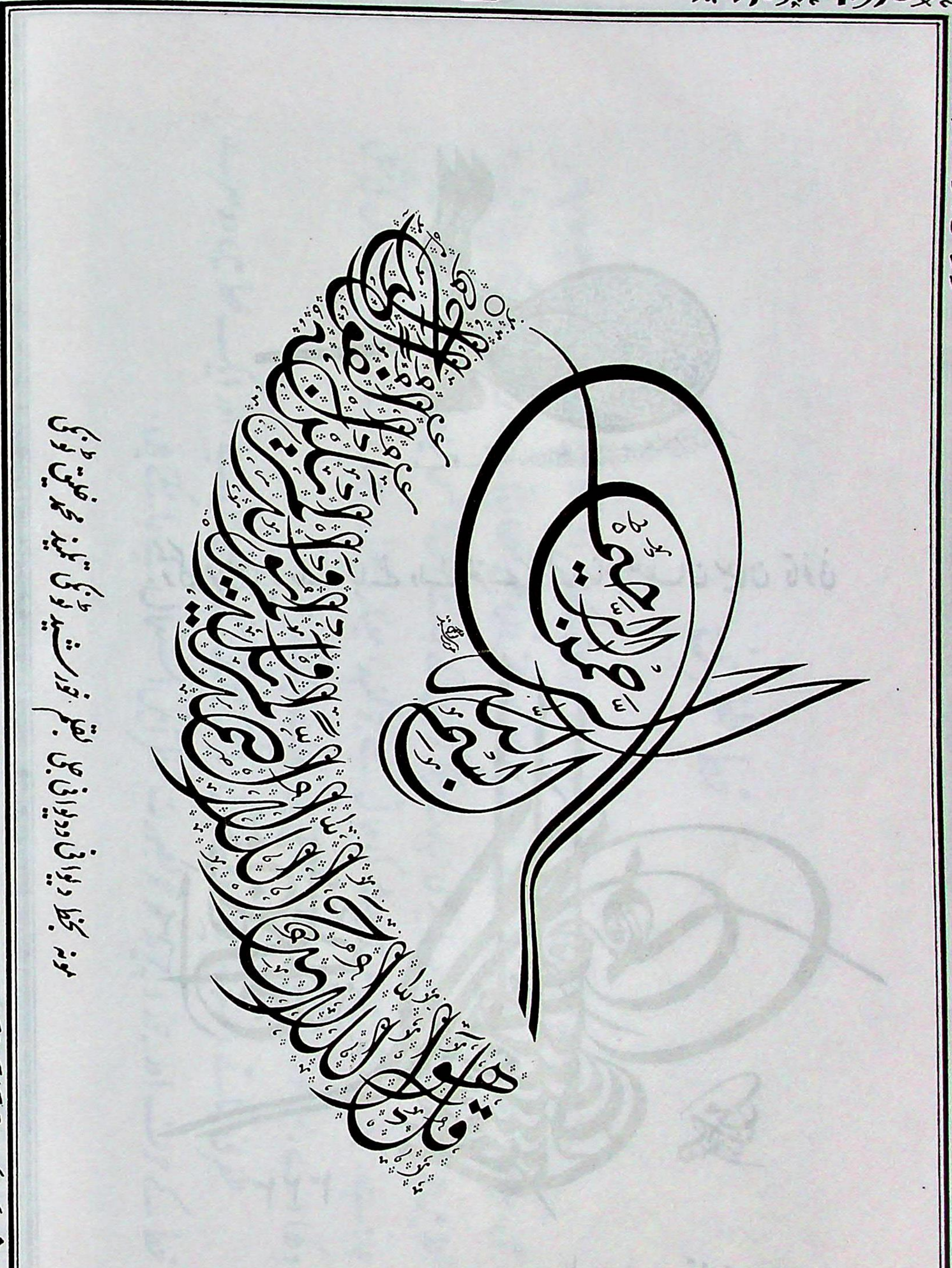
یہ خط عہدِ عباس میں ایجاد ہوا۔ اول اول سلاطین کے نام اس خط میں لکھے جاتے تھے پھر عام افراد بھی اس خط میں اپنے نام لکھوانے لگے۔ خطِ طغریٰ معکوس یعنی اُلٹا بھی لکھا جاتا ہے۔ ترکیب یہ ہے کہ اپنے پسندیدہ خط میں جو کچھ لکھنا ہو ایک جانب سیدھی عبارت لکھ کر اسی کے سامنے اس کا عکس لیا جاتا ہے یا اوپر نیچے عکس اُتارا جاتا ہے۔ کوئی عبارت اس طرح سیٹ کی جاتی ہے جو گنبد، مینار، پھول، چرند، پرند، جانور یا دائروں کی شکل دِکھا دے، نیز مونوگرام بھی اسی خط طغریٰ میں بنائے جاتے ہیں۔

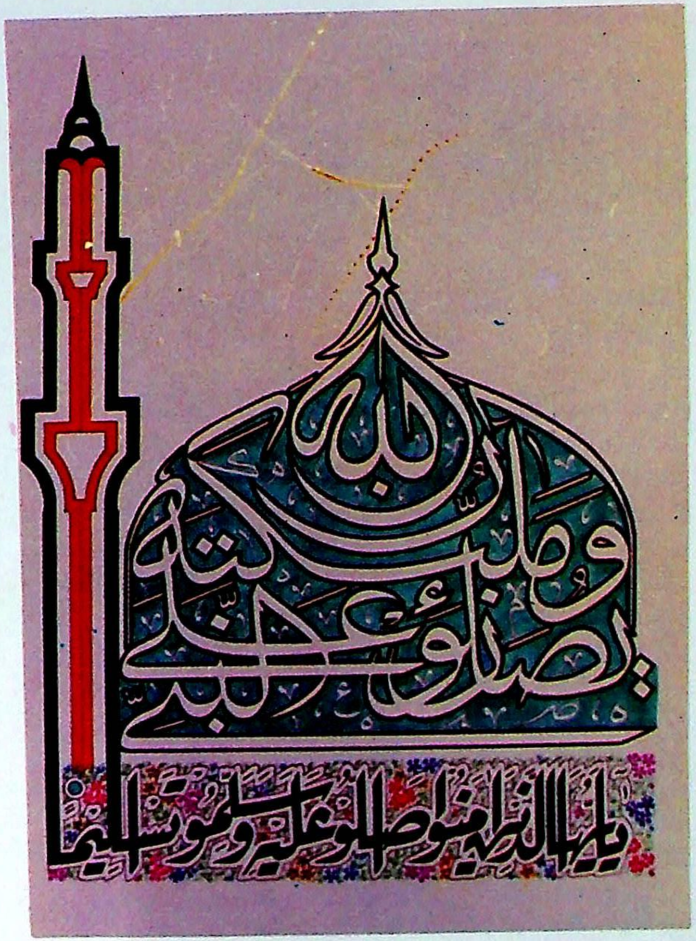
طغریٰ بناتے وقت ضرورتاً حروف کی پیمائش میں کمی بیشی کی گنجائش ہے۔ اور ایک خط میں دوسرے خط کے حرف اور جوڑ و پیوند جو خوبصورت نظر آئیں استعمال کیے جاسکتے ہیں۔



تُرکی فرامین پر بنائے جانے والے طغرے کا عکس بنام سلطان سلیمان قانونی

طغرئ بادبانی بنام سلطان عبدالحمید خاں بن عبدالمجید بخط سامی آفندی، ١٣٢٣ھ



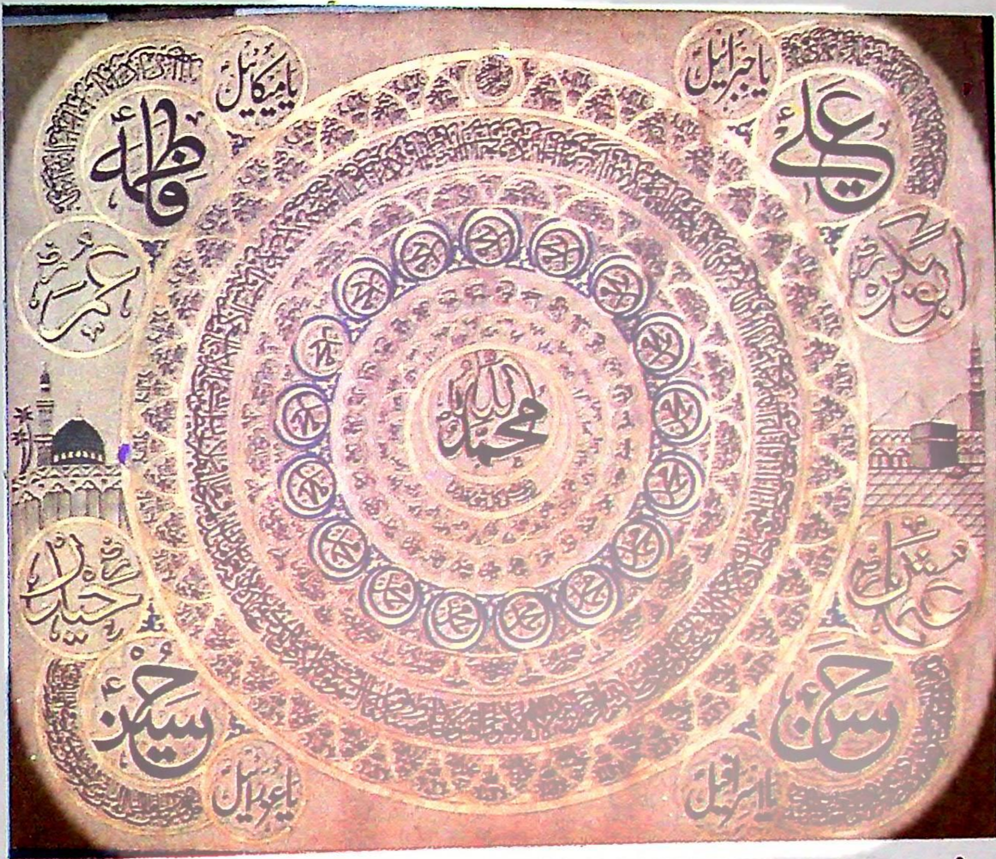


۱۔ خط ثلث وخط رقعہ میں قرآنی آیت

۲۔ شیخ سعدی کی مشہور رباعی جس کا ہر مصرعہ نئے انداز سے لکھا گیا ہے

—— ہر دو شہ کار استاد خلیق ٹونکی کے جمالیاتی ذوق کے ترجمان ہیں۔

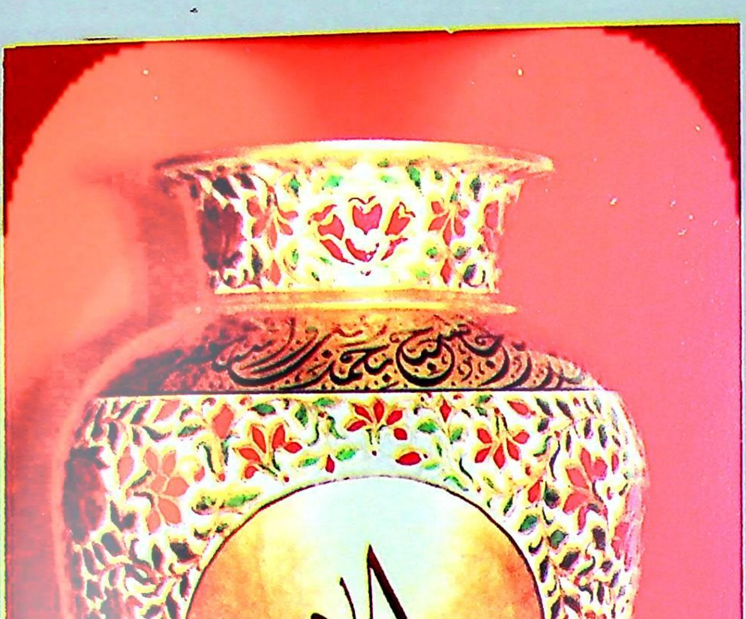
بادبانی طغریٰ بخط ثلث مع تزئین وتذہیب بقلم خورشید ٹونکی۔



مختلف آیات قرآنی واسمائے حسنیٰ واسمائے محمد صلی اللہ علیہ وسلم مع اسمائے پنجتن پاک وغیرہم پر مشتمل وصلی کا خوبصورت نمونہ بقلم [illegible] ٹونکی

کپڑے پر طغریٰ بہ رعایت
گنج و پیوند بخط ثلث (معکوس)
(رَبِّ زِدۡنِی عِلۡمًا)
مع تزئین و تذہیب بقلم خورشید
ٹونکی تلمیذ استاذی محمد خلیق ٹونکی

نمونہ بسم اللہ شریف آئل پینٹ کی مدد سے بہ خط محمد غنوم (سوریہ)

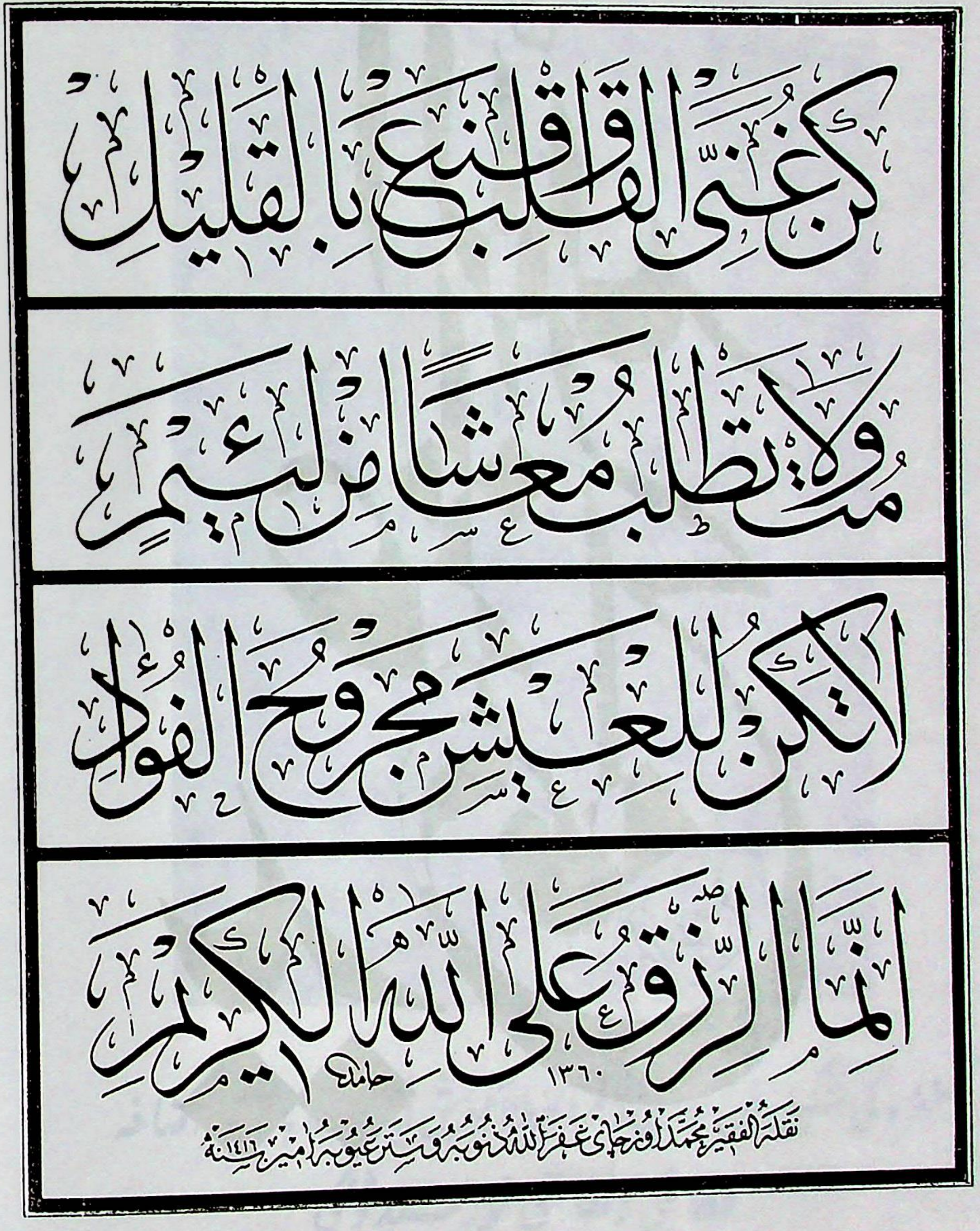


سنگِ مرمر کے گلدان پر خطاطی خورشید ٹونکی ، تذہیب آصف صدیقی

طغرہ کی تشکیل میں ہندی رسم الخط، آمیزش ایک نیے باب کا اضافہ
خطاطی و نقاشی خورشید ٹونکی

گنج و پیوند کی رعایت سے کپڑے پر بنا ہوا نمونہ (یداللہ علی الجماعۃ) خط نستعلیق بقلم خورشید ٹونکی

متنوع خطوط کے نمونے جات



خط ثلث میں عربی کے اشعار بقلم استاد محمد اوزجای (ترکی)

قرآنی آیت بخط ثلث بقلم الشیخ علی بداوی

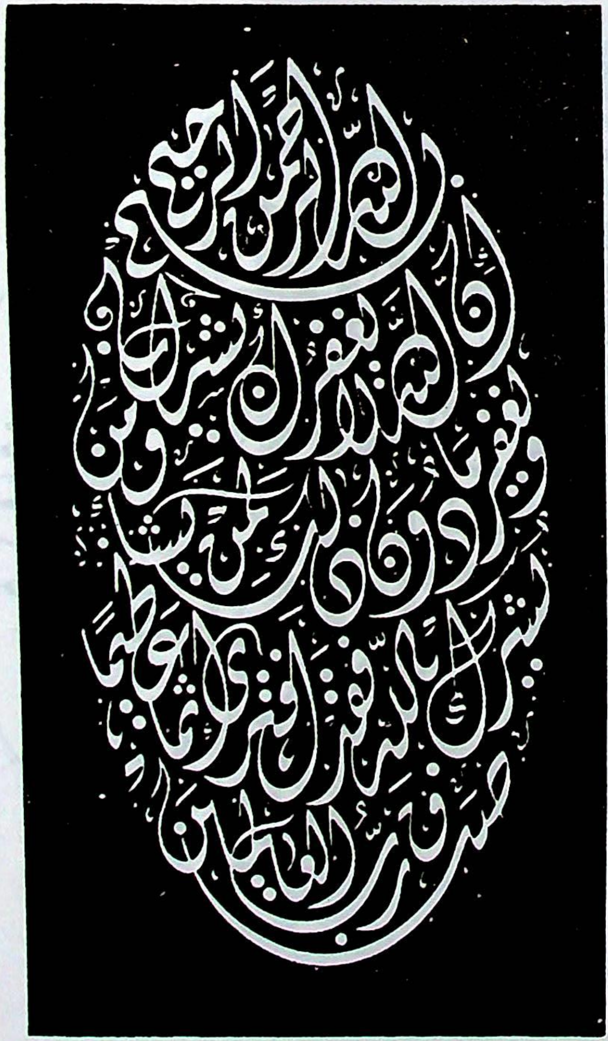
(۱)

(۲)

استاد ہاشم بغدادی کی تحریر کردہ ایک قرآنی آیت و حدیث شریف بخط ثلث

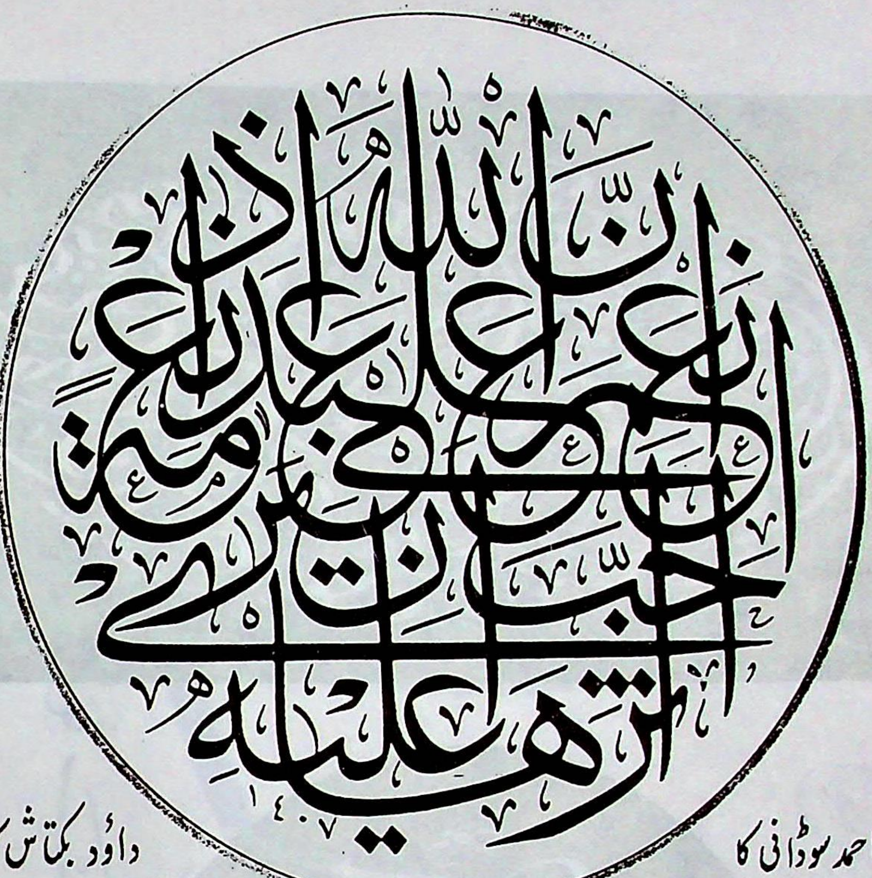
وَالْبٰقِيٰتُ الصّٰلِحٰتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَّخَيْرٌ اَمَلًا القرآن الحکیم

خطِ دیوانی میں استاد نفیس رقم (لاہور) کا تحریر کردہ نفیس نمونہ



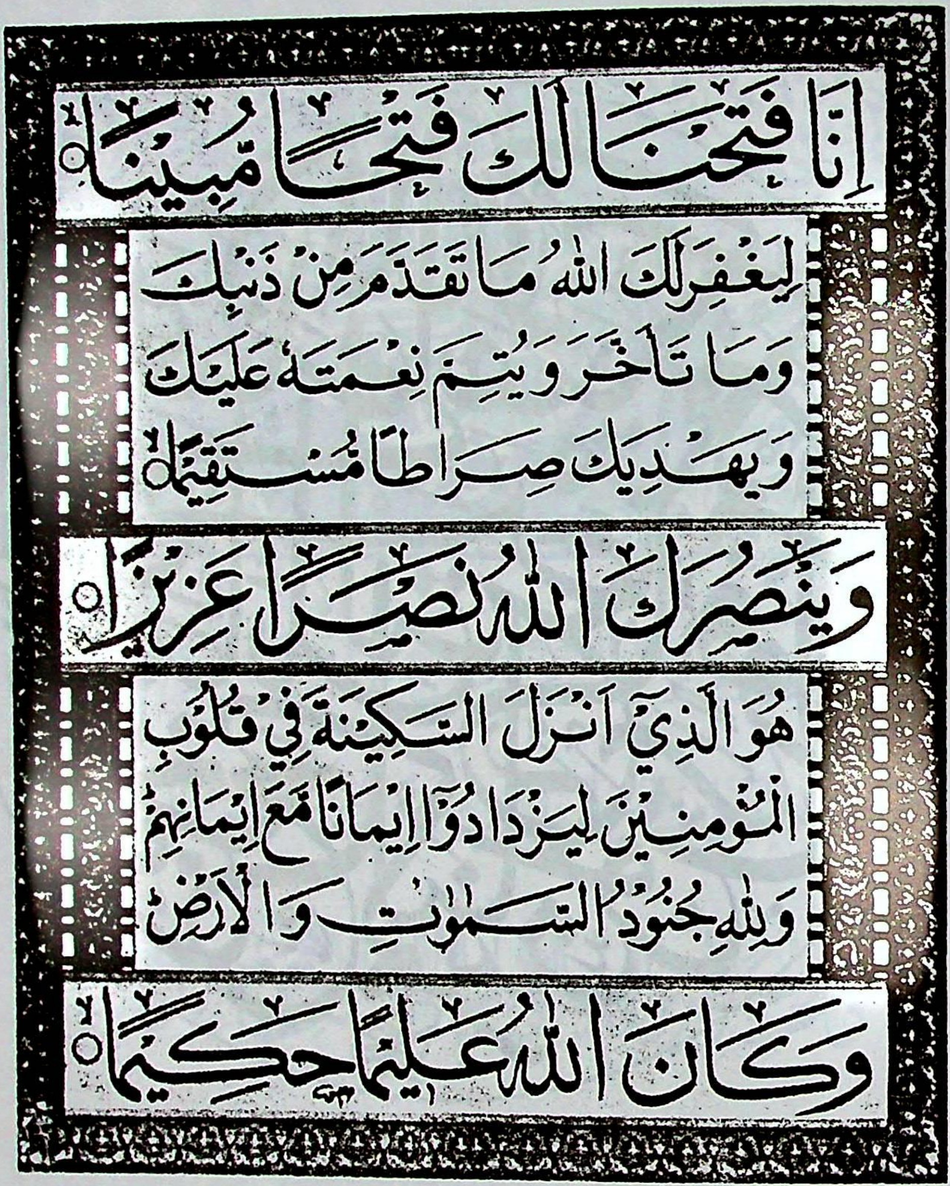
خط ثلث جلی میں (فاللہ خیرٌ حافظا وھو ارحم الراحمین) استاد حامد الآمدی کا نادر نمونہ

خط دیوانی کا ایک بہترین شاہکار (قرآنی آیت) بقلم محمد عبدالقادر عبداللہ (قاہرہ)



داؤد بکتاش کا بنایا ہوا
خط ثلث میں ایک حسین نمونہ

تاج السر سید احمد سوڈانی کا
بیضوی انداز میں خط ثلث کا نمونہ

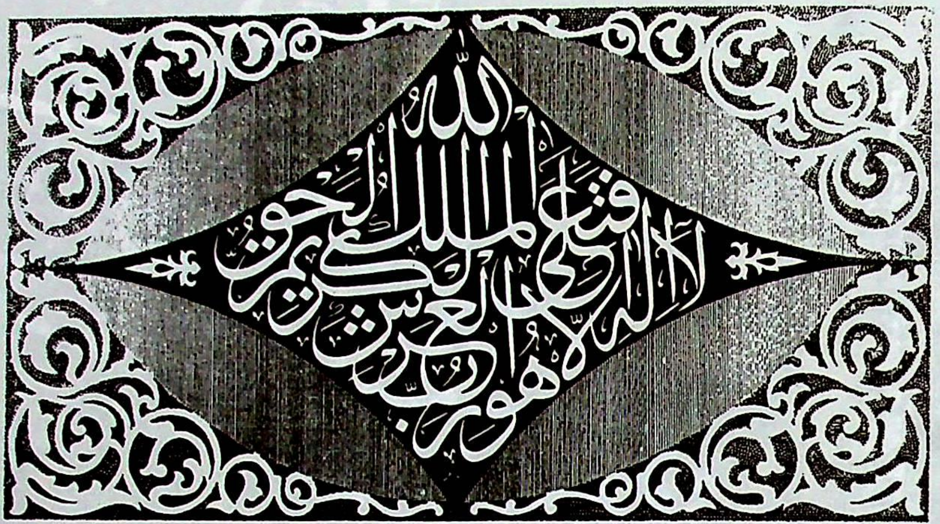


خط ثلث اور خط نسخ کے امتزاج سے ایک قرآنی صفحہ

بخط استاد نفیس رقم لاہوری

خط ثلث میں قرآنی آیت (وجعلنا کم شعوبا وقبائل لتعارفوا ان اکرمکم
عند اللہ اتقٰکم) بہ خط استاد حسن چلپی

بسم الله الرحمن الرحیم



ومن يتوكل على الله فهو حسبه إن الله بالغ أمره

ومن يتول الله ورسوله والذين آمنوا فإن حزب الله هم الغلبون

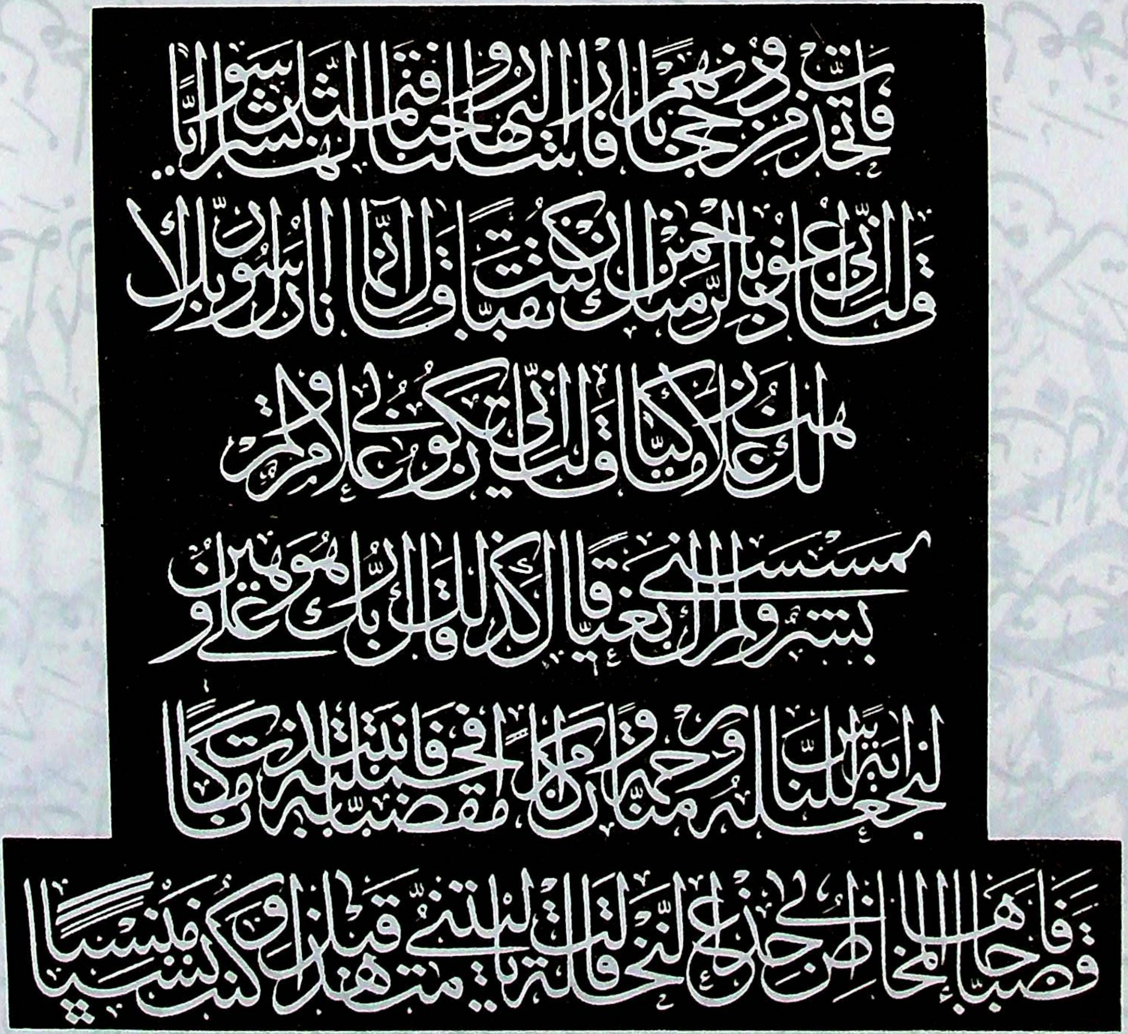
وعد الله الذين آمنوا وعملوا الصلحت لهم مغفرة وأجر عظيم

كتبه خليق تونكي الخطاط

مختلف خطوط میں آیات قرآنیہ

شہ کار مرحوم استاد محمد خلیق ٹونکی

استاد نفیس رقم کے قلم سے انوکھے انداز میں خطِ ثلث کا بہترین شاہکار (پاکستان)



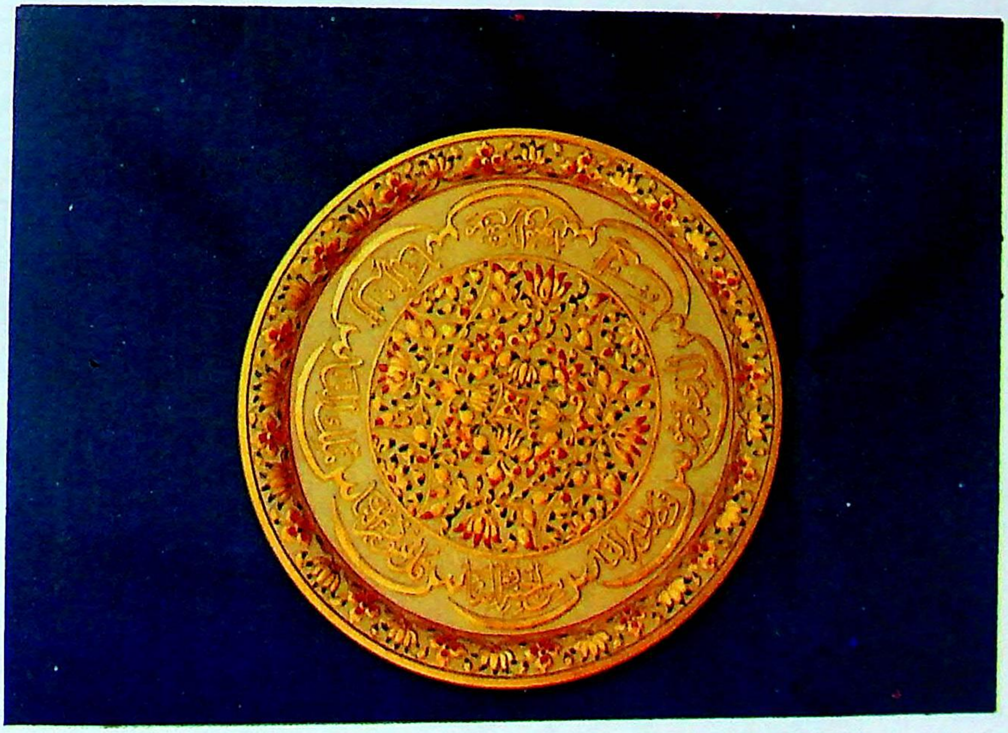
سورهٔ مریم کی چند آیات بقلم استاد شفیق الزماں (پاکستان) حال مقیم مدینہ منورہ

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ
عَلَيْكُمْ إِذْ كُنتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُم
بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنقَذَكُم مِّنْهَا
كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ
وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

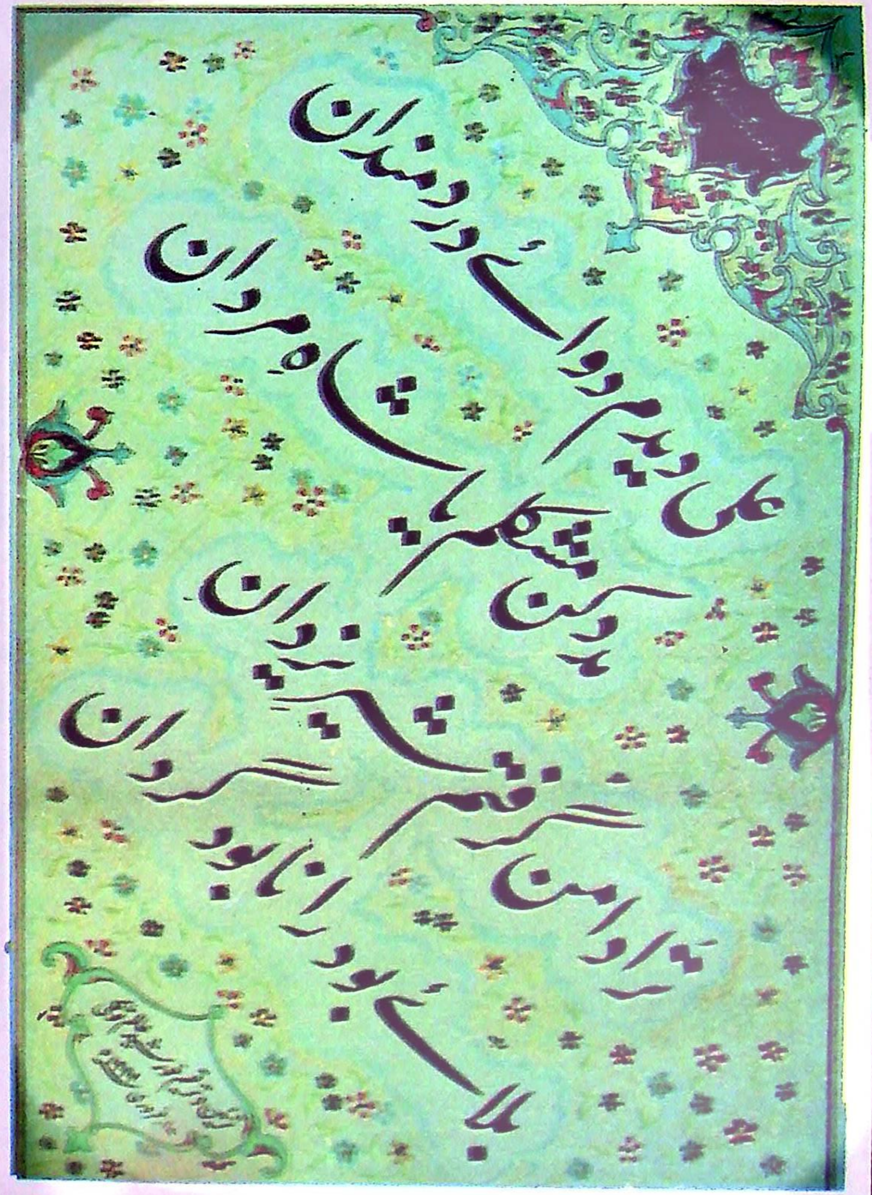
خط ثلث خفی (قرآنی آیات) —— بہ خط محمد حمید کاظم المحمداوی (عراق)

بیضوی انداز میں قرآنی آیت بخط ثلث بقلم خورشید ٹونکی تلمیذ خلیق ٹونکی

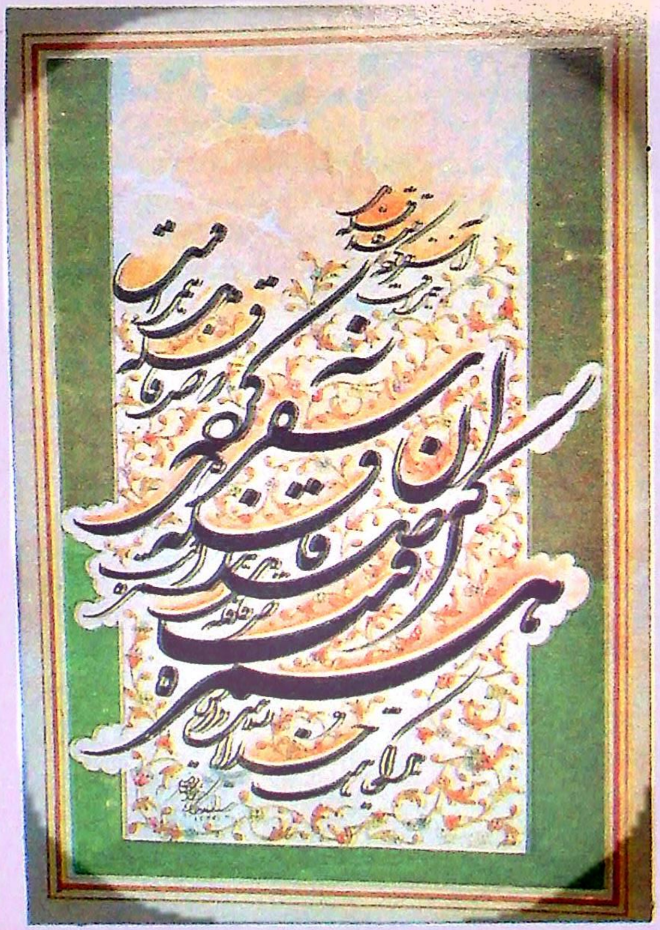
سنگ مرمر کے گھڑے پر خط ثلث جلی میں سورۂ اخلاص بقلم خورشید ٹونکی ، تزئین و تذہیب آصف صدیقی ٹونکی



سنگ مرمر کی پلیٹ پر سورۂ ناس بخط اجازہ و ثلث بقلم خورشید ٹونکی ، تزئین و تذہیب آصف صدیقی ٹونکی



← نمونہ تزئینی اشعار بقلم خورشید ٹونکی



خط شکستہ کا ایک جاذب نظر نمونہ بقلم یداللہ کابلی (ایران)

نمونہ خط رقعہ تزئینی سنہ ۱۹۸۲ء

خورشید عالم ٹونکی تلمیذ جناب محبوب رقم خلیق ٹونکی صاحب اردو خطاطی کلاس غالب اکیڈمی نئی دہلی

رقعہ جات

(مختلف تقریبات کے دعوت نامے)

یہ شادی بیاہ، عقیقہ، نشرح، روزہ کشائی، افتتاحی تقریبات، رسم اجراء اور عیدین کی مبارک باد وغیرہ کے لیے لکھے جاتے ہیں۔

بازار میں قسم ہا قسم کے شادی کارڈ مختلف رنگوں اور ڈیزائنوں میں مہنگے اور سستے دستیاب ہوتے ہیں۔ ان کارڈوں کے سائز و ڈیزائن کے اعتبار سے مضمون کی کتابت کی جاتی ہے۔ جس عبارت کو واضح کرنا مقصود ہوتا ہے اس کو جلی قلم سے لکھتے ہیں یا جگہ کی مناسبت سے خطوں میں تبدیلی کر کے بھی وضاحت کی جاتی ہے۔ اس سے کارڈ کی کتابت میں مزید حُسن پیدا ہو جاتا ہے اور کارڈ دیدہ زیب نظر آتا ہے۔

بازار میں دستیاب کارڈوں کے علاوہ کارڈ شیٹ کو کاٹ کر اس کے سائز کے اعتبار سے بھی خطاطی کی جاتی ہے اور خطاطی کے ساتھ اس میں ڈیزائن بھی بنا سکتے ہیں۔ اگر ان کو مختلف رنگوں میں چھپوایا جائے تو یہ رقعہ جات اور بھی زیادہ دلکش اور جاذب نظر بن جاتے ہیں۔

سہرا۔ رخصتی

عموماً شادی کے موقعے پر دولہا، دلہن کو مبارک باد دینے کے لیے لکھتے ہیں۔ اس کے لیے مختلف ڈیزائن والے کاغذ بازار میں ملتے ہیں جن کو تیار کر کے وصلی کی شکل میں دیوار پر آویزاں کیا جاتا ہے۔ بعض شائقین شادی، نکاح کے موقعے پر تقسیم کرنے کے لیے سہرے، رخصتیاں ڈیزائن دار کاغذ، رومال پر بھی طباعت کرواتے ہیں۔ ان کو لکھنے کا طریقہ یہ ہے کہ کاغذ کے اعتبار سے پہلے اشعار سیٹ کر کے مناسب قلم سے کتابت کی جاتی ہے اور سرخیاں وغیرہ اوپر کی جانب جلی قلم سے لکھتے ہیں۔ ● کاغذ اگر سادہ ہو تو خطاط اشعار کی تعداد کے اعتبار سے کاغذ کا سائز مقرر کر کے پہلے اشعار لکھتے ہیں، پھر سرخیاں، ساتھ ہی پھول بوٹے اور جگہ کی مناسبت سے کونے، ڈیزائن وغیرہ بھی بنائے جا سکتے ہیں۔

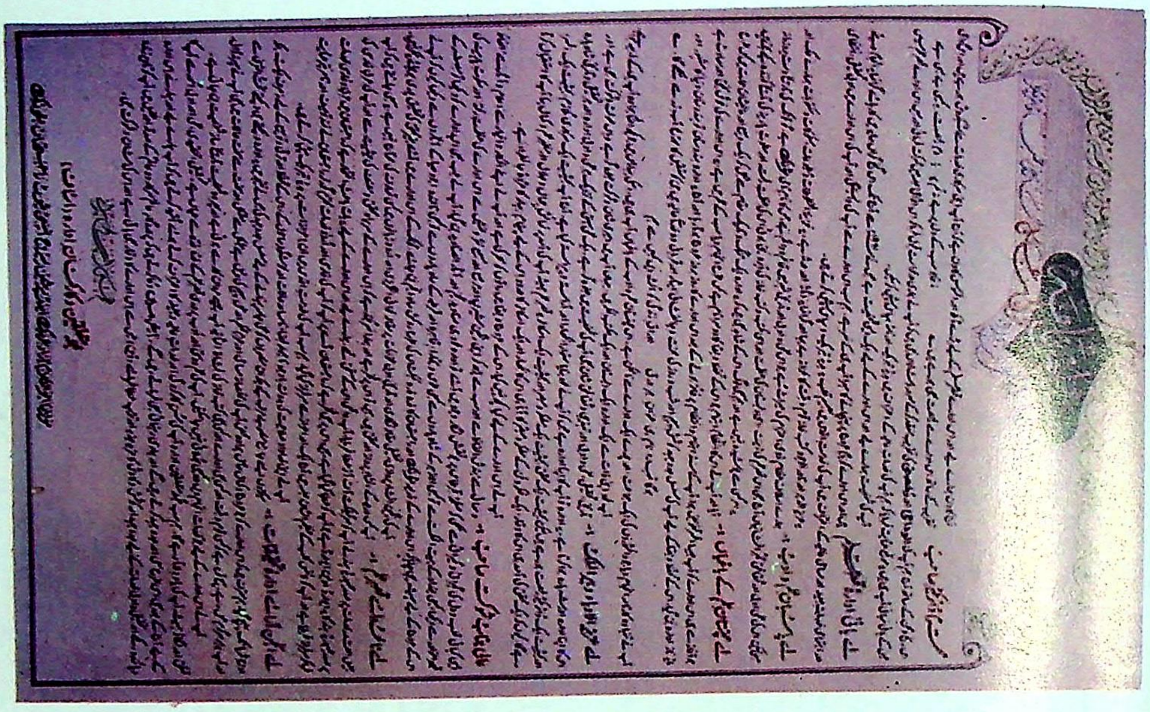
سپاس نامہ

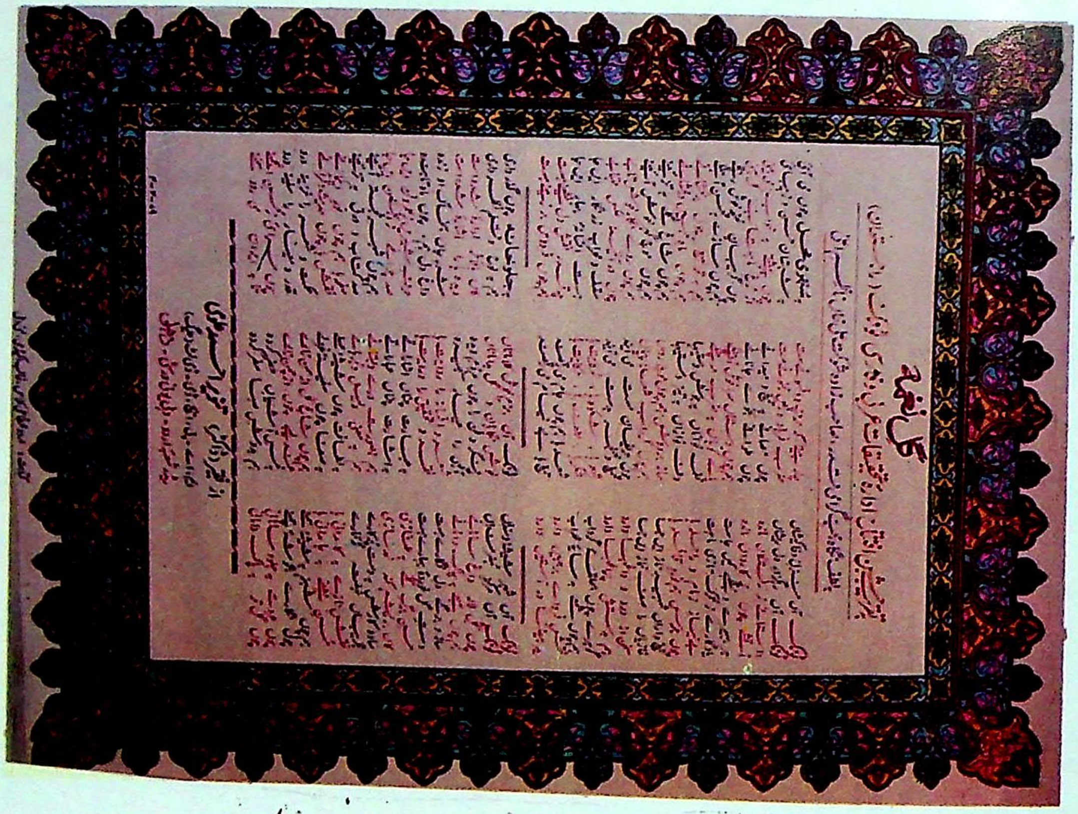
اہم تقریب میں کسی بڑی معزز شخصیت کے کارناموں کو سراہنے کے لیے تہنیت و تبریک کے طور پر لکھا جاتا ہے اور یہ نثری مبارک باد ہے، گویا نثر میں قصیدہ خوانی جسے میٹر کی مناسبت سے کاغذ کا انتخاب کر کے مناسب قلم سے بین السطور کا خیال رکھتے ہوئے لکھا جاتا ہے۔ اس کی تمام سرخیاں مختلف رنگوں سے لکھی جائیں تو سپاس نامہ نہایت جاذب نظر اور دیدہ زیب معلوم ہوتا ہے۔ میٹر کی کتابت کے بعد بالائی سرخیاں جلی قلم سے لکھی جاتی ہیں۔ کاغذ کے زیریں حصے پر سپاس گزاران / سپاس گزار کا نام، پتہ اور تاریخ مناسب قلم سے لکھی جاتی ہیں۔

مشق اعداد :-

١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠

* ؎ : ________ شعر کی علامت
* ع : ________ مصرع کی علامت
* ؎ : نظم میں تخلّص پر اور نثر میں کسی مخصوص لفظ کی وضاحت کرنے کے لیے یہ نشان بنایا جاتا ہے جسے بت کہتے ہیں (برائے تخلّص)۔





نمونہ تہنیت نامہ بقلم استاد محمد خلیق ٹونکی

اعادہ

۱ : مختلف (متنوع) خطوط پر مشتمل وصلیاں تیار کیجیے۔

۲ : خط نسخ اور خط ثلث کی آمیزش سے قرآنی آیات کا ایک صفحہ مشق کیجیے۔

۳ : کتاب میں دیے گئے پوسٹروں کی نقل یا اور کوئی پوسٹر اپنے پسندیدہ خطوط کی آمیزش سے لکھیے۔

۴ : رقعہ جات شادی، سہرے، رخصتیاں اور سپاسنامے لکھنے کی مشق کیجیے۔

۵ : کتاب میں درج طغرہ جات کی روشنی میں طغروں کی مشق کیجیے۔

اخبارات (Newspapers)

طباعت کا طریقہ دریافت ہونے کی وجہ سے خواندگی میں مزید تیزی آگئی۔ انسان کے اندر اپنے آس پاس ہونے والے واقعات کے بارے میں جاننے کی شدید خواہش نے "اخبار" کو جنم دے ڈالا۔ یہ روزمرہ شائع ہونے والا ایسا جریدہ ہوتا ہے جو نہ صرف شہر میں ہونے والے واقعات سے ہمیں واقف کرتا ہے بلکہ آس پاس کے شہروں اور دنیا کے مختلف خطوں کی خبریں بھی مہیا کرتا ہے۔ اس کا معیاری سائز (24" × 18") 60c.m × 42 cm ہوتا ہے یا پھر اس کا نصف جسے ٹیبلائڈ (Tabloid) بھی کہتے ہیں۔ اسی کو اخبار کہتے ہیں۔

ہمارے ملک میں تقریباً 35 زبانوں میں اخبار چھپتے ہیں۔ زبان کا انتخاب اس خطہ کی نوعیت سے کرنا پڑتا ہے جس خطہ میں اخبار شائع کرنا ہوتا ہے۔ اخبارات زیادہ تر بڑے شہروں سے شائع ہوتے ہیں کیونکہ:

— خبریں اکٹھی کرنے کی آسانیاں موجود ہوتی ہیں۔
— چھپائی کرنے کی تکنیکی سہولیات قابل گرفت ہوتی ہیں۔
— روزانہ فروخت کے مواقع زیادہ ہوتے ہیں اور زیادہ آمدنی کی توقع ہوتی ہے۔
— آس پاس کے شہروں کے لیے ڈاک ایڈیشن شائع کرنے کے باوجود بھی اخبار زیادہ تر علاقائی میڈیم (Local Medium) ہی ہوتا ہے۔

صبح کے اخبار 2 بجے تا 5 بجے (صبح) کے درمیان چھاپے جاتے ہیں اور نیوز پیپر بوائز کے ذریعہ 7 بجے صبح تک گھروں میں بھجوا دیے جاتے ہیں۔

موٹے طور پر اخبار کے تین اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں: خبریں، نظریات اور اشتہارات۔ صبح کو ان پر عموماً پوری فیملی نگاہ ڈالتی ہے اور آفس جانے والے حضرات آفس جاتے وقت راہ میں بھی ان کا مطالعہ کرتے چلے جاتے ہیں، چاہے بس میں سفر کر رہے ہوں یا ٹرین میں۔ "اخبار" کو دو گھنٹوں کا ادب بھی کہتے ہیں کیونکہ لوگ ان پر تقریباً دو گھنٹے صرف کرتے ہیں۔

شام کا اخبار 2 بجے تک شائع ہو جاتا ہے۔ یہ ٹیبلائڈ (Tabloid) شکل میں ہوتا ہے اور اس میں صفحات کم ہوتے ہیں۔ ان میں خبروں سے زیادہ خریداروں اور تفریحات سے متعلق زیادہ اطلاعات ہوتی ہیں۔ اگر صبح کے اخبار کو مذکر کہا جائے تو شام کے اخبار کو مؤنث تصور کیا جا سکتا ہے (قارئین کی دلچسپی کو مد نظر رکھ کر)۔

اتوار کو اخبار زیادہ دلچسپی سے پڑھا جاتا ہے۔ اس میں 4 تا 8 صفحات زیادہ ہوتے ہیں جنھیں میگزین کہا جاتا ہے۔

میگزین سیکشن کو ضمیمہ بھی کہتے ہیں اور عموماً یہ بلا قیمت ہی اخبار کے ساتھ منسلک رہتا ہے۔ میگزین سیکشن کے مضامین عموماً ادبی ہوتے ہیں اور اس میں ایک صفحہ بچوں کے لیے اور کامکس کے لیے بھی مخصوص ہوا کرتا ہے۔

اوپر ایک اخبار کا مثالی سرورق دکھایا گیا ہے۔ سب سے اوپر کے پینل کو اخبار کے نام، ماسٹ ہیڈ (Masthead) اور ائیر پینل (Ear Panels) میں تقسیم کیا گیا ہے۔ ائیر پینل اشتہارات کے لیے ہوتے ہیں۔ نیچے داہنی جانب کی جگہ کو اشتہارات کے لیے فروخت کر دیا جاتا ہے۔ اسے سولس (Solus) کہتے ہیں۔

ڈیزائن

اخبار کا ڈیزائن بین الاقوامی 8 کالم گرڈ (Column Grid) پر مبنی ہوتا ہے۔

صفحہ کا سائز 60 cms × 42 cms

طباعت شدہ رقبہ 56.25 cms × 39 cms

ایک کالم کا سائز 4.87 cms × 56.25 cms گہرا

مختلف قسم کا مواد مختلف صفحات پر مرتب کرنے کے لیے کوئی بہت زیادہ بندھے ٹکے اصول تو نہیں ہوتے البتہ قارئین کی آسانی کے لیے کچھ مخصوص انداز اختیار کیے جاتے ہیں تاکہ وہ اپنی پسند کی معلومات حاصل کر لیں۔ مثال کے طور پر:

صفحہ ۱: بہت زیادہ اہم خبروں کے لئے (چاہے وہ کسی بھی عنوان پر کیوں نہ ہوں)

صفحہ ۲: درجہ بند اشتہارات کے لیے۔

صفحہ ۳: علاقائی خبروں، خدمات بہم پہنچانے کی اطلاعات اور تفریحی معلومات کے لیے۔

صفحہ ۴: مالیاتی خبروں کے لیے۔

صفحہ ۵: ضلع کی خبروں کے لیے۔

صفحہ ۶: اداریہ، خصوصی معاون اور قارئین کے کالم۔

صفحہ ۷: غیر ملکی خبروں کے لیے۔

صفحہ ۸: کھیلوں کی خبروں کے لیے

صفحہ ۹: خصوصی ملاقات کے لیے۔

صفحہ ۱۰: کلاسیفائڈ ڈسپلے اشتہارات (Classified Display Advertisements) کے لیے۔

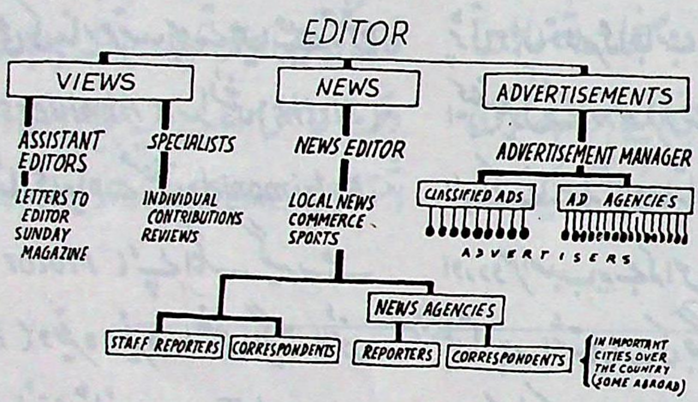
ہر سیکشن میں سرخی کے ٹائپ کا سائز جتنا بڑا ہوتا ہے خبر بھی اتنی ہی اہم ہوتی ہے۔ بڑی ٹائپ، خاص طور پر 8 پائنٹ کی ایسی سیرفڈ ٹائپ (Seriffed Type) ہوتی ہے جس کا رخ (Face) جلی ہوتا ہے۔ کلاسیفائڈ اشتہارات (Classified Advertisements) کے لئے 5 پائنٹ ٹائپ اگیٹ (Agate) کا استعمال کیا جاتا ہے۔

تمثیلات زیادہ تر فوٹو گرافس ہوتے ہیں۔ جب انھیں

شائع کیا جاتا ہے تو یہ چوڑائی میں 1 تا 8 کالموں کی جگہ گھیرتے ہیں، باقاعدہ اندراجات (Items) جیسے نسبتیں، سنیما شو، ریڈیو اور ٹی وی پروگراموں، موسم، موسیقی، ڈرامہ، پینٹنگ مجسمہ سازی پر جائزہ کے لیے خصوصی جلی سرخیاں لگائی جاسکتی ہیں۔
اس طرح صفحہ 1 پر اخبار کا نام اور صفحہ 6 پر تبصرہ (ایڈیٹوریل) کے لیے جلی سرخیاں لگائی جاتی ہیں۔

اس سلسلہ میں اس لے آؤٹ آرٹسٹ کے کام کی داد دی جاسکتی ہے جس نے ڈھیروں کام اور ذمہ داریوں کے باوجود اپنے قارئین کی سہولت کے پیش نظر ہر روز پیج لے آؤٹ (Page Layouts) کو منظم کرنے کے لیے مختلف مطالعہ جاتی اجزائے ترکیبی پر واجب زور دے کر انھیں اجاگر کرتا ہے اور اسے قابل مطالعہ بناتا ہے۔

اشتہارات —— (Advertisements)



بنیادی طور پر اخبارات کا ایجاد روزمرہ کی خبریں لوگوں تک پہنچانے کے لیے ہوا تھا لیکن اشتہارات اس وقت وجود میں آئے جب تاجر برادری نے اخبارات کے سہارے اپنے کاروبار کو فروغ دینا شروع کیا۔ آج بمشکل تمام اشتہارات کے بغیر شاید ہی کوئی اخبار پنپ پائے۔ اشتہارات اخبارات کا مسلم حصہ بن چکے ہیں۔
اخبارات کی روزانہ اشاعت کافی زیادہ اور لگی بندھی ہوتی ہے۔ اسی لیے مشتہرین کو روزانہ کافی بڑی تعداد میں اشتہارات شائع کرانے کا موقع مل جاتا ہے اور مزے کی بات یہ کہ فی اکائی اشتہار بازی نہایت کفایتی داموں میں ہو جاتی ہے۔ انھیں اپنے اشتہارات خصوصی موقعوں مثلاً کھیل، الیکشن، تہوار یا پھر کوئی خاص موسم پر دینے کا موقع مل جاتا ہے۔ اس طرح بروقت اشتہار دے کر وہ اپنی بات زیادہ پر اثر بنا سکتے ہیں۔
اپنے مقصد اور ڈیزائن کی بنا پر اشتہارات کو پانچ زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:۔

(1) عمومی نمائش (General Display):

اخبارات کا زیادہ تر حصہ اسی قسم کے اشتہارات سے بھرا رہتا ہے۔ پروڈکٹ اور اس کے برانڈ کی شبیہ (Brand Image) پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔

(2) **پھٹکل نمائش** (Retail Display):

اس میں ناموری پر کم اور فروخت کی جانب زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ اشتہاری ڈیزائن کا زیادہ تر حصہ تیار کیے جانے والی اشیا، اور ان کی قیمتوں پر مشتمل ہوتا ہے۔ یہ اکثر اس قسم کے ہوتے ہیں کہ گاہکوں کا رخ خوردہ فروش کی جانب پھر جاتا ہے

(3) **درجہ بند اشتہارات**

:(Classified Advertisements)

درجہ بند اشتہارات کی جماعت بندی کردی جاتی ہے اور یہ عموماً حروف تہجی کی بنا پر مرتب ہوتے ہیں جیسے جشن ہائے سالگرہ (Anniversaries)، پیدائشیں (Births)، اموات (Deaths)، شادی بیاہ سے متعلق (Matrimonial)، موٹر پارٹس (Motor Parts)، پے انگ گیسٹ (Paying Guests) وغیرہ وغیرہ۔ انھیں اگیٹ لائنوں (Agate Lines)، 5 پائنٹ ٹائپ (5 Points Type) لوگو (Logo)، تمثیلات یا سفید جگہ (White space) کے بغیر مرتب کیا جاتا ہے۔ پیغام میں خصوصی طور پر ایسی اطمینان بخش باتیں ہونا ضروری ہیں جنھیں اختصار کے ساتھ وضاحت (Brevity with Clarity) قرار دیا جاسکے۔ ان اشتہارات کا تعلق خرید و فروخت یا پھر مفاد عامہ سے متعلقہ اندراجات (Items) سے ہوتا ہے۔

(4) **درجہ بند نمائش** (Classified Display):

اس میں لوگو ٹائپ کے علاوہ 5 پائنٹ سے بڑی ٹائپوں (Types) اور ایسی چھوٹی چھوٹی تمثیلات کی اجازت ہوتی ہے جو 2.5 cm کی چوڑائی سے زیادہ بڑی نہ ہوں، اکثر موقعوں پر آرائشی حاشیوں کی اجازت بھی ہوتی ہے۔

(5) **عبادتی نوٹس** (Reading Notices):

یہ ایسے اشتہارات ہوتے ہیں جو خبریں نظر آتے ہیں کیونکہ انھیں خبروں والے ٹائپ فیس (Type face) میں ہی سیٹ کیا جاتا ہے اور حد تو یہ ہے کہ تمثیلات کو ایڈیٹوریل آرٹ والا انداز عطا کیا جاتا ہے۔

جہاں اخبارات ایک طرف درجہ بند اشتہارات بلا واسطہ طور پر قبول کرتے ہیں کیونکہ ان میں زیادہ ڈیزائن کاری کی ضرورت نہیں پڑتی وہیں دوسری جانب اپنی اشتہارات کی جگہوں کو ایڈورٹائزنگ ایجینسیوں کے ذریعہ فروخت کرتے ہیں۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ ایسا کرنے سے یہ یقین رہتا ہے کہ اشتہاری جگہ فروخت ہو ہی جائے گی اور دوسرا سبب یہ ہے کہ اس جگہ چھپنے والا مواد تکنیکی طور پر قابلِ طباعت ہوتا ہے۔ اشتہارات کی جگہ کالم سینٹی میٹروں میں فروخت کی جاتی ہے۔ کالم کی 4.8 cm لمبائی اور 1 cm چوڑائی پر مشتمل رقبہ کو ایک اکائی تصور کیا جاتا ہے۔ شرح کا انحصار اخبار کی اشاعت پر ہوتا ہے۔ پہلے صفحہ پر نیچے یا داہنی طرف کسی خصوصی مقام یا اندرونی صفحات پر کسی اور جگہ اشتہار چھپوانے کی شرح، کالم سینٹی میٹر شرح سے کچھ فیصد زیادہ ہوتی ہے۔

عام طور پر تمام ہی نمائشی اشتہارات کے اپنے اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں جیسے سرخی (Headline)، کاپی (Copy) تمثیلات (Illustrations)، سگنیچر (Signature) وغیرہ۔ ان اجزائے ترکیبی کو اخبارات (یا میگزینوں) میں خریدی ہوئی جگہ پر سلسلہ وار مرتب کردیا جاتا ہے۔ جگہ کے سائز اور شکل کا دارومدار کاپی اور عناصر کی ترتیب پر ہوتا ہے۔ بالفاظ دیگر مختلف قسم کے اجزائے ترکیبی

کو شکل وصورت عطا کرنے کے لیے پہلے ٹائپ اور تمثیلات کا انتخاب کیا جاتا ہے اور پھر متعلقہ جگہ پر مرتب کر دیا جاتا ہے۔

ڈیزائنر کو بھی یہ دھیان رکھنا چاہیے کہ ایک ہی تجارت سے وابستہ مشتہرین کے مابین ہی نہیں بلکہ ایک ہی صفحہ یا سامنے کے صفحے پر چھپنے والے اشتہارات کے مابین بھی مقابلہ آرائی ہو گی اس لیے اخباری اشتہارات کی ڈیزائن کاری کرتے وقت امتیاز یا نمایاں فرق (Contrast) قائم رکھنا کامیابی کی کنجی ہوتی ہے۔

شرارتی اشتہارات (Teaser Advertisements)

میگزینوں میں زیادہ سے زیادہ دو صفحات اشتہارات کے ہوتے ہیں۔ اخبارات میں شاذونادر ہی ایسا ہوتا ہے کہ کوئی اشتہار اتنا بڑا ہو کہ وہ سامنے کے صفحہ تک (یا اخبار کی ایک سے زیادہ اشاعتوں تک) پھیلا ہوا ہو۔ اس کا مقصد قاری کے ذہن میں تجسس پیدا کرنا ہوتا ہے۔ پہلے اسے ایک صفحہ پر موجود پیغام کو پڑھنے پر تیار کیا جاتا ہے پھر بعد کے صفحات یا اشاعتوں میں سلسلہ وار کہانی کی مانند اسے اس اشتہار کے باقی ماندہ حصہ کو پڑھنے کی طرف راغب کیا جاتا ہے۔

کبھی کبھی قاری کی توجہ مبذول کرنے کے لیے کسی خاص ترکیب سے بھی کام لیا جاتا ہے جیسے اشتہار کو نیچے سے اوپر کی جانب (الٹے اندازمیں) چھاپنا یا جان بوجھ کر غلطیاں کر دینا تاکہ قاری کی توجہ اس طرف مبذول ہو جائے۔ زیادہ تر فائدہ اس وقت حاصل ہوتا ہے جب پیغام اعتقاد پر مشتمل ہو اور شرارتی اشتہار (Teaser Advertisement) کا حصہ ہو۔

آرٹ ورک (Art Work) کو پرنٹنگ پروسیس کے مطابق ہی ختم کرنا ہوتا ہے۔

سرکولیشن	پرنٹنگ پروسیس	کاغذ بشرطیکہ ہاف ٹونس ہوں
20,000 تک	لیٹرپریس کفایتی رہتا ہے	کوٹیڈ (اگر صرف لائن آرٹ ہو تو غیر کوٹیڈ)
20,000 تا 1,00,000	آفسیٹ کفایتی رہتا ہے۔	غیر کوٹیڈ سے کام چل جائے گا۔
100,000 سے زیادہ	روٹوگرے ویور (Rotogravure) کفایتی رہتا ہے	چکنا خصوصی طور پر چمکدار، حتیٰ کہ رول میں لپٹا ہوا موٹا کاغذ بھی۔

میگزینوں میں اشتہادات

(Advertisements in Magazines)

اشتہاروں کے ڈیزائن ہمارے مطالعے کے خاص موضوع ہیں۔ دیگر ذرائع ابلاغ کے بمقابلہ ایڈورٹائزمینٹ ڈیزائن کے میگزینوں میں جہاں کچھ فائدے ہیں تو وہیں کچھ حدود (پابندیاں) بھی ہیں۔ اس بات کا مشاہدہ مندرجۂ ذیل حقائق سے لگایا جاسکتا ہے:-

(۱) تکنیکی خوبیاں (Technical Merits)

- زیادہ تر میگزین رنگین اشتہارات ہی قبول کرتے ہیں کیونکہ رنگین اشتہارات سے کافی حد تک اشتہارات کی قدر میں اضافہ اور پیغام (سندیسہ) قبول کر لینے کا اثر پیدا ہوتا ہے۔
- ان میں عام طور پر عمدہ کوالٹی کا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے پھر طباعت کا زیادہ ہمہ گیر پروسیس استعمال کیا جاتا ہے جس سے اخبارات کے مقابلے میگزین کے ذریعہ کرنے کے امکانات بہتر ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر تصاویر پر فضول خرچی کی جاتی ہے جس سے ان میں جاذبیت بڑھ جاتی ہے اس بات کے امکانات بھی ہیں کہ بائنڈنگ کرتے وقت علیحدہ سے طبع شدہ مواد منسلک کر دیا جائے۔ اس چھپے ہوئے منسلک مواد کو انسرٹ (Insert) کہا جاتا ہے۔
- کسی بھی میگزین کا فارمیٹ ملاحظہ کیجیے۔ تقریباً تمام میگزینوں میں ہی جاذب نظر تصویر کے لیے کافی بڑا رقبہ وقف کر دیا جاتا ہے۔
- اسے ایسی شکل بھی عطا کی جاسکتی ہے جیسے کئی صفحات موڑ دیے گئے ہوں۔ بہ آسانی الگ کر لی جانے والی بک لیٹ، کیٹلاگ، گائڈ، اجزائے ترکیبی کی کتاب (Recipe Book) یا کبھی کبھی پروڈکٹ کا نمونہ بھی منسلک کیا جاسکتا ہے۔ اِنسرٹس (Inserts) عام طور پر اصل میگزین سے علیحدہ ہی دکھائی دیتے ہیں۔ ان کے لیے مخصوص کاغذ کا استعمال کیا جاتا ہے۔ وہ اپنے وزن، سائز، رنگ اور شکل وصورت کی بنا پر الگ سے نظر آجاتے ہیں۔

(ii) اشتہاری خوبیاں (Advertising Merits)

- میگزین کی عمر اخبارات کے مقابلے زیادہ ہوتی ہے۔ انھیں ایک بار پڑھ چکنے کے بعد موقع ملنے پر دوبارہ سہ بارہ پڑھا جاتا ہے اور یہ حقیقت ہے کہ ایسے موقعوں پر ایڈورٹائزمینٹ پر زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ انھیں عام طور پر نوجوان طبقہ، خوشحال گھرانوں کے ذریعہ (جن میں افراد خانہ زیادہ ہوں)۔ یعنی ایسی جماعتیں ان پر زیادہ توجہ دیتی ہیں جنھیں

قابل استعمال اشیا زیادہ خریدنی ہوتی ہیں اور ہر جماعت میں رائے دینے والے موجود ہوتے ہیں۔

- خصوصی میگزینوں کے ذریعہ مخصوص گروپ بھی اشتہارات میں دکھائی گئی چیزوں تک پہنچ سکتے ہیں۔ کچھ میگزینوں جیسے ریڈرس ڈائجسٹ (Reader's Digest) وغیرہ کے ذریعہ ملک گیر پیمانہ پر اشتہارات بھیجے جاسکتے ہیں۔ اس طرح کسی مخصوص علاقے میں مقبول ترین میگزین کے ذریعہ یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔
- بہت سے میگزین پہلے اشتہارات کو پڑھتے ہیں اور ان میں غلط بیانی یا جھوٹ محسوس کرتے ہیں تو ان اشتہارات کو قبول نہیں کرتے۔ اس طرح مشتہر کو فائدہ بھی پہنچ جاتا ہے کہ میگزین پڑھنے والوں نے اشتہار پر یقین کر لیا ہے اور اس بھروسہ مندی کا فائدہ بہرحال مشتہر کو پہنچ جاتا ہے۔
- ایڈیٹوریل فیچر میں مشتہرین کے لیئے ہمدردانہ نوٹ موجود ہوسکتا ہے۔
- قارئین اشتہارات کو بار بار چھپا ہوا دیکھ کر یہ یقین کرسکتے ہیں کہ پروڈکٹ کی پشت پر کوئی بڑی تنظیم موجود ہے۔

(iii) حدود (بندی) (Limitations)

- اشتہاری مہم کی منصوبہ بندی پہلے کرنی پڑتی ہے۔ پرنٹر کو منصوبہ بندی اور کلر پرنٹنگ کرنے کے لیئے تین ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ اسی طرح کندہ کار کو بھی 3 تا 4 ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ ڈیزائنر کو 2 یا 3 ہفتے قبل کام شروع کرنا ہوتا ہے۔ اس لیئے اس سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ اس نے قبل از وقت ہی حالات پر غور کر لیا ہوگا اور اس کے پاس اشتہاری مہم سے متعلقہ معلومات کی بھرمار ہوگی۔ اس لیئے اسے صرف چند عمومی اثر ڈال سکنے والی باتوں پر ہی اکتفا کرنا ہوگا۔
- امکانی گاہکوں کے ملنے کی امید اتنی نہیں ہوتی جتنی کہ اکثر اخبارات کے ذریعہ ہوتی ہے۔ اس کا تعلق اس رسالہ کی مدت اشاعت سے ہوتا ہے۔ یعنی ماہانہ شائع ہونے والے میگزین کے مقابلہ ہفتہ وار چھپنے والے میگزین سے تیار آپ چار انسرشنس (Insertions) حاصل ہوسکتے ہیں۔
- کلرری پروڈکشن ایک مہنگا عمل ہوتا ہے۔
- جو پیغام صرف کسی مخصوص علاقے کے لوگوں تک ہی پہنچانا مقصود ہو اس کے لیئے قومی ایڈیشن میگزین کا استعمال کرنا ممکن نہیں ہوتا۔ اس لیئے چھوٹے مشتہرین کے لیئے ایسے میگزین تک پہنچنے کے لیئے معاشی حالات کے مدنظر تمام زمین مسدود ہوجاتی ہے۔ اسی طرح قومی پیمانہ پر چھپنے والے ایڈیشنوں سے میں اشتہار دینے والے کی استطاعت اتنی نہیں ہوتی کہ وہ کسی خاص خطہ کے خریداروں کے طرز عمل پر اثر انداز ہوسکے۔

(iv) ترجیحی حیثیت (Preferred Position)

میگزین کے سرورق بہترین کاغذ اور طباعتی اثرات سے مزین ہوتے ہیں تاکہ ان کی جانب زیادہ سے زیادہ توجہ مبذول کرائی جاسکے۔ اگر میگزین میں ان صفحات پر اشتہارات دینے کی شرحیں زیادہ ہوں تو اس میں کوئی تعجب نہ ہونا چاہیے۔ سرورق 1 عام طور پر میگزین اپنے استعمال کے لیئے برقرار رکھتا ہے۔ تاہم کچھ میگزینوں کے سرورق کی نچلی پٹی فروخت کر دیتے

ہیں۔ اس جگہ کی شرح سب سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کے بعد سرورق 4 کا نمبر آتا ہے جو سرورق 2 اور سرورق 3 کے بعد آتا ہے اور اسی مناسبت سے اس کی شرحیں بھی مقرر کر دی جاتی ہیں۔ سرورق 2 کے سامنے والے صفحہ، اور پھر فہرست مضامین اور اداریہ کے سامنے والے اور درمیان میں واقع صفحات کا نمبر آتا ہے۔ ان جگہوں کو بھی ترجیحی حیثیت کا حامل سمجھا جاتا ہے ان کی شرحیں عام بلیک اینڈ وہائٹ صفحات کے مقابلہ زیادہ ہوتی ہیں۔

(۷) بلیڈ صفحات (Bleed Pages)

تصاویر، ٹنٹ (Tints) یا سالڈ رقبوں (Solid Areas) (جو طبع شدہ رقبہ سے لے کر صفحات کے سروں تک پھیلا ہوتا ہے) کو بلیڈ تمثیلات (Bleed Illustrations) کہا جاتا ہے۔ انھیں صفحہ سے بڑے رقبہ پر چھاپنا پڑتا ہے۔ بلیڈ کے لیئے تقریباً 3 ملی میٹر زیادہ ۔ تاکہ سلائی ہو جانے اور کٹ ئی ہو جانے کے بعد تصویر/تمثیل میگزین کے سائز میں آجائے۔ ایسے صفحات پر اشتہار کی شرحیں 10% تا 20% زیادہ ہوتی ہیں۔

رنگ (Colour)

سیاہ کے علاوہ مشتہرین کو جن رنگوں کی اجازت ہے وہ مندرجہ ذیل ہیں:

میگزینوں کی زیادہ تر تعداد ایسی ہے جو فل کلر ایڈورٹائزمنٹ یعنی چار رنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ پرنٹنگ پروسیس کے مطابق ہی آرٹ ورک جمع کرنا پڑتا ہے۔

کچھ میگزینیں دو رنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتی ہیں۔ سیاہ اور کوئی دوسرا اضافی رنگ، رنگ کے شیڈ کا انتخاب آپسی صلاح مشورہ سے کیا جاتا ہے مگر یہ عمومی طور پر پیسٹل شیڈ (Pastel Shade) ہوتا ہے، جو اتنا گہرا ہوتا ہے کہ اس میں الٹے حروف نظر آجاتے ہیں اور یہ سیاہ طباعت بھی قبول کر لیتا ہے اور اتنا کنٹراسٹ (Contrast) فراہم کرتا ہے کہ پیغام آسانی سے پڑھا جا سکتا ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ اس کا رنگ بھی اسی قسم کا ہوتا ہے۔

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)

ڈائریکٹ میل پیغام ان مقاصد کا حامل ہو سکتا ہے:
معلومات حاصل کرنا، اطلاع دینا، اعلان کرنا، داد دینا، رپورٹ کرنا، پیغام رسانی کرنا، فروخت کرنا، نمونہ بھیجنا وغیرہ وغیرہ

خط (Letter)

آیا یہ کمپنی کے حسب معمول لیٹر پیڈ پر ہے یا یہ کوئی ایسا موقع ہے جسے کسی خاص مرئی موقع کے لیے تحریر کیا گیا ہے؟
کیا اس کے لیے تصویر بردار بنیادی مرکزی خیال، خصوصی فنِ طباعت (Typography)، غیر معمولی کاغذ، اضافی پرنٹنگ کی تراکیب (Processes) کی ضرورت ہے جیسے فوئل اسٹامپنگ (Foil Stamping)، ڈائی پرنٹنگ (Dye Printing)، بلائنڈ امبوسنگ (Blind Embossing)، ڈائی کٹنگ (Dye Cutting)، وغیرہ؛

جواب (Reply)

— جواب کے لیے ایک لفافہ نتھی کر دیا جاتا ہے تا کہ وصول کنندہ کو جواب کے لیے آمادہ کیا جا سکے اور بھیجے جانے والے پیغام سے متعلق جواب حاصل ہو سکے۔

— کیا اس کے ہمراہ مطبوعہ خط (فارم) اور جوابی لفافہ بھیجنا چاہیے؟ فارم پر چھپی ہوئی تحریر سے وصول کنندہ کو مطلوبہ معلومات سے متعلقہ نکات کو خالی جگہوں میں بھرنے میں مدد ملتی ہے۔

— اس کے لیے صرف ایسے پوسٹ کارڈ کیوں نہ استعمال کیے جائیں جن کی ایک طرف مطلوبہ معلومات حاصل کرنے کے لیے کچھ تحریر کیا گیا ہو اور دوسری طرف پوسٹل پتہ تحریر کیا جائے؟

فولڈر یا بک لیٹ (Folder or Booklet)

ہو سکتا ہے پیغام اتنا طویل ہو کہ دو صفحاتی خط میں بھی نہ سمائے۔ کیا اس کے لیے ایک بڑے صفحہ کو دونوں جانب سے طبع کرانے اور پھر مناسب انداز میں موڑ کر مناسب شکل عطا کر دینے سے کام نہیں چل جائے گا؟ پہلی ہی نظر میں نصف پیغام تو نظر آ ہی جائے گا اور اگر اتفاق سے پیغام کی طوالت تجاوز کر جائے اور پھر اس کی کچھ حوالہ جاتی قدر (Reference Value) بھی ہو تو پھر اس کا جواب بک لیٹ (کتابچہ) ہو سکتا ہے۔

لفافہ (Envelope)

کیا اسے ریڈی میڈ ہونا چاہیے یا پھر خصوصی شکل و صورت والا؟ کیا اسے غیر معمولی کاغذ سے بنایا جائے؟ سادہ ہو، نقش و نگار سے سجایا ہوا؟ کیا اس میں مافیہ (Content) کے جانچ پڑتال پر اکسانے والی ونڈو (Window) موجود ہو؟ بہر حال اس سے ہونے والے ڈاک خرچ کا دارومدار اس کے وزن اور اس میں موجود ان مافیہات (Contents) پر ہوتا ہے جنھیں باہر سے ہی نظر آ جانا چاہیے۔

"ڈائریکٹ میل" اصطلاح اس مراسلہ کے لئے استعمال کی جاتی ہے جسے کوئی مشتہر بلاواسطہ طور پر ڈاک کے ذریعہ امکانی گاہک کو بھیجتا ہے۔ یہاں ڈاک سے مراد اخبارات، پوسٹر، ٹی وی

جیسے ذرائع نہ لیا جائے۔ظاہر ہے کہ ــــ

ـــــ جب کوئی شخص ڈاک سے اپنے نام کوئی ملفوف خط (Enveloped Letter) وصول کرتا ہے تو وہ زیادہ اپنا پن داری محسوس کرتا ہے۔

ـــــ کیونکہ مشتہر اور گاہک کے مابین اور کوئی وسیلہ ــــ جیسے اخبار، میگزین ــ موجود نہیں ہے اس لیے اس ذریعہ/وسیلہ کو مشتہر کے ذریعہ اپنے امکانی گاہک سے رابطہ قائم کرنے کا سب سے تیز اور تیر بہدف طریقہ قرار دیا جا سکتا ہے۔ اس مہم کے ردعمل کو موصولہ جوابات (فیڈ بیک یا بازرسی) کی تعداد سے آنکا جا سکتا ہے۔

ـــــ اس طریقہ کو کم سے کم ضائع ہونے والا کہا جا سکتا ہے کیونکہ مشتہر اپنے عوام کو اور پیغام بھیجنے کے اوقات کو بذات خود منتخب کرتا ہے۔ تاہم فی عدد یہ ایک مہنگا طریقہ ہے کیونکہ نہ صرف جوابی خط لفافہ میں رکھ کر ایک مطبوعہ فارم گاہک کو بھیجا جاتا ہے بلکہ مشتہر کو جوابی خط کا خرچ بھی برداشت کرنا پڑتا ہے۔ اس میں جو کاغذ اور چھپائی کے طریقے اختیار کیے جاتے ہیں وہ سب سے مہنگے ہوتے ہیں۔ کثیر رنگی تصاویر، مہنگی چھپائی، ایمبوسنگ، ڈائی کٹنگ، فوئل اسٹامپنگ، سیل لگانا، نمونہ بھیجنا وغیرہ وغیرہ کچھ ایسی باتیں ہیں جو کوئی بھی ڈیزائنر اختیار کر سکتا ہے اور یہ اس کے لیے کوئی غیر معمولی چیز نہیں ہے۔ اگر دیکھا جائے تو یہ مکتوب الیہ کی خلوت میں دخل اندازی قرار دی جائے گی لیکن بہر حال اس کو کچھ فرصت کے لمحات بھی ضرور میسر ہوتے ہیں اور اس وقت ہو سکتا ہے کہ اخبار وغیرہ کے اسی صفحہ پر اس سے ملتے جلتے کسی اور پیغام سے اس کا واسطہ نہ پڑتا ہو (اور وہ وقت گزارنے کی خاطر اس پیغام کو پڑھ لے)۔ یہ

ڈائریکٹ میل کو غلطی سے میل آرڈر (Mail Order) نہ سمجھنا چاہیے کیونکہ میل آرڈر کا مقصد فہرست بند تیار اشیاء کے سیل آرڈر (Sales Orders) حاصل کرنا ہوتا ہے اور یہ زیادہ تر تیار مال کی تقسیم کرنے کی ایسی سیل پالیسی ہوتی ہے جس میں بچولیوں (Middle Man) کو نکال دیا جاتا ہے۔ آرڈر فارم اور اپنی جانب سے گاہک کو بھیجا جانے والا جوابی لفافہ، نہایت عمدہ تصویر بردار کیٹلاگ (جس میں اشیاء کی قیمتیں اور دستیاب فوائد بھی درج ہوتے ہیں) میل آرڈر کے ضروری حصے ہوتے ہیں۔ ڈائریکٹ میل پیغام کو مختلف شکلوں میں بھیجا جا سکتا ہے جیسے پوسٹ کارڈ، خط، فولڈر، براڈ شیٹ (Broad Sheet)، بروشور (Brochure) وغیرہ۔ گرافک ڈیزائن کے مدنظر انھیں ذیل میں بیان کیا گیا ہے۔

پوسٹ کارڈ یا میلنگ کارڈ
(Post Card or Mailing Card)

یہ ڈائریکٹ میل کی (اختیار کردہ) سب سے سادہ شکل ہوتی ہے، پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط کی رو سے یہ ـــــ 10 cm × 15 cm سے بڑا اور 5 cm × 7.5 cm سے چھوٹے سائز کا نہیں ہو سکتا۔ اس پر ایک طرف پتہ لکھنے کے لیے طباعت کی جاتی ہے اور دوسری جانب پیغامات لکھنے کے لیے جگہ ہوتی ہے۔ اس کا اسٹاک (Stock) کافی سخت کارڈ والا ہوتا ہے جس کا رنگ سفید یا رنگین ہو سکتا ہے۔ چھوٹے موٹے کام کرنے والے خط و کتابت کے لئے پوسٹ کارڈ استعمال کرتے ہیں مگر زیادہ تر

کمپنیاں پوسٹ کارڈ کو کوئی باوقار یا قابل عزت وسیلہ نہیں سمجھتیں۔ اکثر ایسا ہوتا ہے کہ اس پر اپنا پتہ لکھ کر جوابی کارڈ کے طور پر بھیج دیا جاتا ہے تاکہ وصول کرنے والے کو جواب دینے پر آمادہ کیا جائے۔ جوابی پیغام عموماً معروضی (Objective) مطبوعہ اور اس قسم کا ہوتا ہے کہ مکتوب الیہ کو صرف چند خالی جگہیں بھر کر اپنا عندیہ ظاہر کرنا ہوتا ہے۔ ڈاک کے ذریعہ واپس بھیجے جانے والے پوسٹ کارڈوں کے ڈاک خرچ برداشت کرنے کی بات یقینی بنانے کے لیے مندرجہ شکل والے پوسٹ کارڈ چھپوائے جاتے ہیں۔ ان کا ڈیزائن پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط پر تیار کیا جاتا ہے اس ضمن میں ڈاک محکمہ کے آفیسران سے ایک پرمٹ نمبر (Permit Number) حاصل کرنا ہوتا ہے۔ پھر اس نمبر کو پوسٹ کارڈ یا لفافہ کارڈ پر چھپوایا جاتا ہے۔ دیگر ضروری کوائف اس طرح ہوتے ہیں:

— سب سے اوپری کناروں پر متن (Text)
— داہنی جانب دو عمودی موٹے خطوط
— "بزنس ریلائی کارڈ" کے الفاظ
— پوسٹ آفس کا نام
— بھیجنے والے کا پتہ

لیٹر ہیڈ (Letterheads)

یہ ذاتی، ادارہ جاتی یا تجارتی خط و کتابت تحریر کرنے کے کاغذات ہوتے ہیں۔ ان کے دو مقاصد ہوتے ہیں:

(۱) بھیجنے والے کی پہچان اور شبیہ اجاگر کرتے ہیں اور بھیجنے والے شخص کی تجارت اور پیشے سے متعلق عزت و توقیر میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس سبب ایسا موافق ماحول اور تاثر پیدا ہوتا ہے جس سے بھروسہ مندی بڑھتی ہے۔ اس طرح لیٹر ہیڈ ایک خاموش سیلز مین (Silent Sales Man) کا کردار ادا کرتا ہے۔

(2) بھیجنے والے کو بار بار اپنا پتہ (ڈاک یا تار)، ٹیلی فون نمبر ٹیلیکس کوڈ، وغیرہ لکھنے میں وقت ضائع نہیں کرنا پڑتا اس کے علاوہ کچھ موقعوں پر ان خالی جگہوں میں خصوصی پیغامات بھی بھیجے جا سکتے ہیں۔

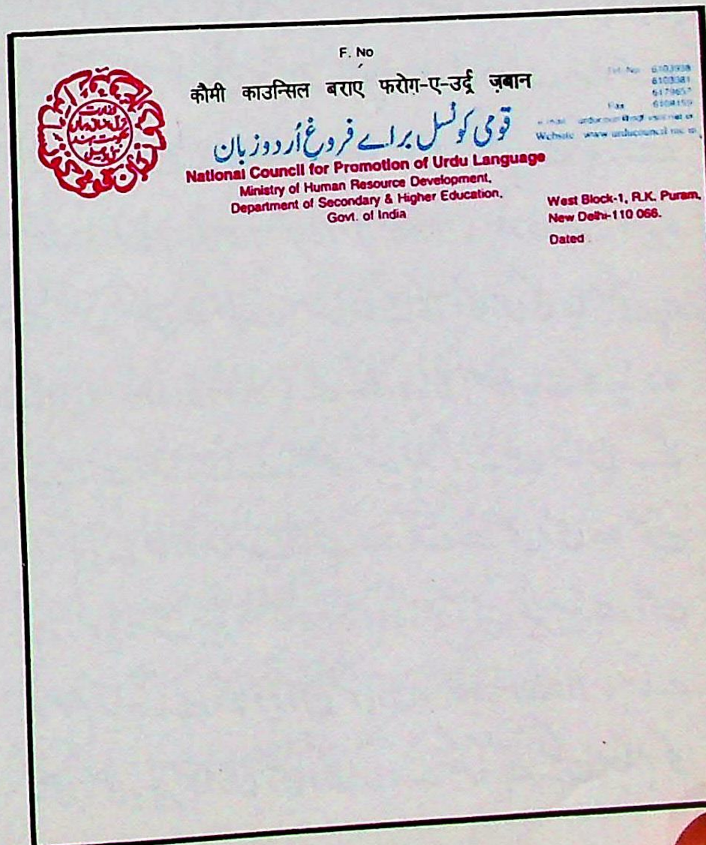
مراسلاتی کاغذ کے سب سے اوپر کے حصے پر عموماً کمپنی کے نشان (Emblem) کا ایک مستقل ڈیزائن بنا ہوا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ وصول کنندہ کے نزدیک یہ ایک ایسا لفافہ ہوتا ہے جسے اس نے پہلی مرتبہ دیکھا ہے اور جو شکل و صورت میں ایک خط دکھائی دیتا ہے۔ اس طرح اس شخص پر پہلا تاثر مرتب ہوتا ہے، اس سے قرینہ اور استعداد کا اظہار بھی ہونا چاہیے۔

اس کا ڈیزائن عناصر کی سادہ ترتیب پر مشتمل ہونا چاہیے۔ یہ ڈیزائن اکثر تسلی بخش ہوتا ہے۔ ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering) کے انتخاب سے تجارتی مشغلہ، استحکام، اتحاد (Integrity) اور خدمت وغیرہ سے متعلق شکل اور لطیف احساسات کی عکاسی کی جا سکتی ہے۔ نشان (Emblem) سے مذکورہ بالا خصوصیات کا زیادہ شدت سے اظہار ہوتا ہے۔ مطلوبہ شبیہ پیدا کرنے میں نشان کے ڈیزائن کے علاوہ مناسب ٹائپ اور رنگ سے بھی بڑی مدد ملتی ہے، عموماً ماسٹ ہیڈ (Masthead) جسے لیٹر ہیڈ سے بھی موسوم کیا جاتا ہے، کا ڈیزائن متوازن (Balanced) ہوتا ہے۔ کبھی کبھی یہ غیر متوازن بھی دکھائی دے سکتا ہے۔ لیکن پیغام کو

ٹائپ کو اچکنے کے بعد اس ضمن میں کوئی فیصلہ کرنا چاہیے۔ بہر حال کوئی بھی کسی کو کورا لیٹر ہیڈ تو بھیجتا نہیں۔ ڈیزائنر کی لے آؤٹ کے مطابق ٹائپنگ ہو جانے کے بعد کسی ڈاٹ یا ڈیش کے ذریعہ ٹائپسٹ کو ابتدائی نقطہ کے بارے میں بتا دیا جاتا ہے۔ کبھی کبھی ڈسپیچ کلرک (Dispatch Clerk) کی رہنمائی کی خاطر موڑنے کے نشانات (Fold Marks) تک چھپوا دئے جاتے ہیں۔ لفافہ میں ونڈو کا استعمال ڈیزائنر پر ایک دوسرا کنٹرول ثابت ہوتا ہے۔

زیادہ تر لیٹر ہیڈ لیٹر پریس پرنٹیڈ (Letterpress Printed) ہوتے ہیں مگر آفسٹ، سلک اسکرین، ڈائی پرنٹنگ، فوئل سے اسٹامپنگ اور بلائنڈ ایمبوسنگ بھی کوئی غیر معمولی تراکیب قرار نہیں دی جا سکتیں۔ اکثر خصوصی تاثر پیدا کرنے کے لیے ان کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔

لیٹر ہیڈ اور دیگر اسٹیشنری ڈیزائن کاری کرتے وقت :-



— فائلنگ (Filing) کے لیے بائیں جانب کم از کم 2.5 cm کی جگہ چھوڑ دیں۔

— حروف اور الفاظ کا درمیانی فاصلہ مقرر کرنے میں ہوشیاری برتیں۔

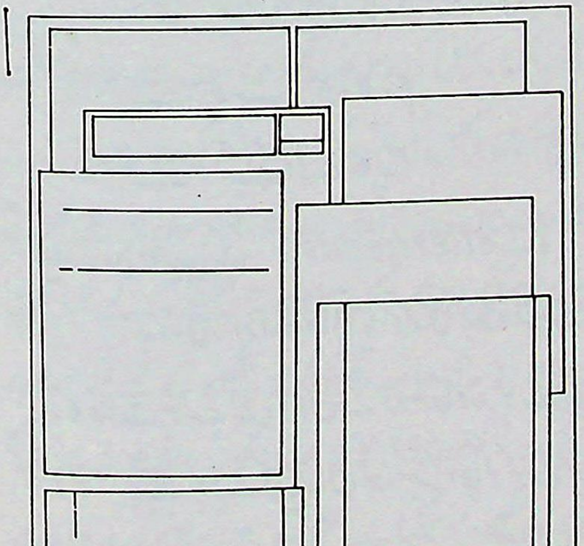
— رنگ تجارت یا تیار مال کے متناسب ہوں۔ بہت ہلکے نہ ہوں۔

— داہنی جانب نمایاں نشان پہچان / لوگو (Logo) یا ٹریڈ مارک (Trademark) بنانے کو ترجیح دی جا سکتی ہے۔

— حروف ٹائپ کرنے کے لیے لے آؤٹ اسٹائل کی رائے دی جانی چاہیے۔ اسٹیشنری کے ڈیزائن کے لیے یہ بات ذہن نشین رکھنی چاہیے کہ ٹائپ رائٹر کی لائنوں کا فاصلہ ای۔ایم۔ایس (ems) یا ہاف ای۔ایم۔ایس۔ (Half ems) میں ہونا چاہیے۔

لیٹر ہیڈ اور اسٹیشنری میں کام آنے والے کاغذ :-

اسٹیشنری کے لیے بانڈ (Bonds) مثالی اسٹاک ثابت ہوتا



ہے۔ سفید رنگ کا کاغذ سب سے زیادہ مقبول ہے مگر اکثر وبیشتر پیسٹل شیڈ میں رنگین کاغذ کا بھی فیشن چلتا رہتا ہے۔ اصل (Original) کے لیے نسبتاً بھاری قسم کا کاغذ اور نقول (Copies) کے لیے ہلکا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈپلی کیٹ اور ٹرپلی کیٹ (Duplicate & Triplicate) چھنٹائی (Sorting) کرنے کے کام میں آسانی کے پیش نظر ہلکے اوزان کے رنگین کاغذ مقبول ہیں۔

(18" × 23") 457mm × 584mm سائزوں کے اسٹاک کی تقسیمات (Divisions) سب سے مقبول ہیں

سائز	انچوں میں	ملی میٹروں میں
1/4	$11 \times 8\frac{1}{8}$	279 × 216
1/5	$10 \times 7\frac{1}{2}$	254 × 190
1/6	$8\frac{3}{4} \times 7\frac{1}{2}$	222 × 184
1/8	$8\frac{1}{2} \times 5\frac{1}{2}$	216 × 140

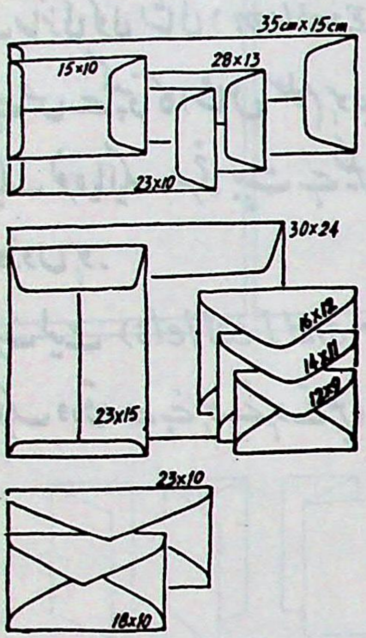
بین الاقوامی سائز ہیں:

سائز	ملی میٹروں میں
A 4	297 × 210
A 5	148 × 210
A 6	138 × 105

لفافے (Envelopes)

خطوط اور دیگر ملفوف / کاغذات (Enclosures) جیسے لیف لیٹ (Leaflets)، فولڈر (Folders) جوابی کارڈ وغیرہ کو پہنچانے کے لیے لفافے تیار کیے جاتے ہیں۔ عام طور پر لفافے سفید ہی ہوتے ہیں مگر رنگین، ہنیلا اور کرافٹ پیپر سے تیار شدہ لفافے بھی کوئی عجوبہ نہیں ہیں۔

لفافوں کے معیاری سائز نیچے دکھائے گئے ہیں۔ ان مندرجہ ذیل لفافوں کے دیگر سائزوں کے لئے شرحیں کفایتی نہیں ہوتیں۔



ونڈو (Window) والے لفافوں میں ونڈو پر شفاف حفاظتی سیلوفین کی شیلڈ (Cellophane Protective Shield) لگی ہوئی ہوتی ہے۔ اس سے لفافہ پر پتہ لکھنے میں لگنے والا وقت بچ جاتا ہے۔

ڈیزائن کاری کرتے وقت پتہ والی سمت پر اوپری داہنی جانب ڈاک ٹکٹ (Postage Stamps) چسپاں کرنے کے لیے جگہ چھوڑنا بھی ضروری ہوتا ہے۔ پتہ لکھنے والی جگہ سب سے نمایاں ہونی چاہیے۔

بھیجنے والے کا نام اور پتہ اتنا نمایاں نہیں ہوتا (لیکن ہوتا ضرور ہے)، اس کا مقصد ڈاک خانے کے ملازمین کو غیر ترسیل شدہ خطوط بھیجنے والے کو واپس لوٹانے میں آسانی بہم پہنچانا ہوتا ہے۔ کچھ مشتہرین لفافے کے ڈیزائن کو چھوٹے سے پوسٹر کا روپ عطا

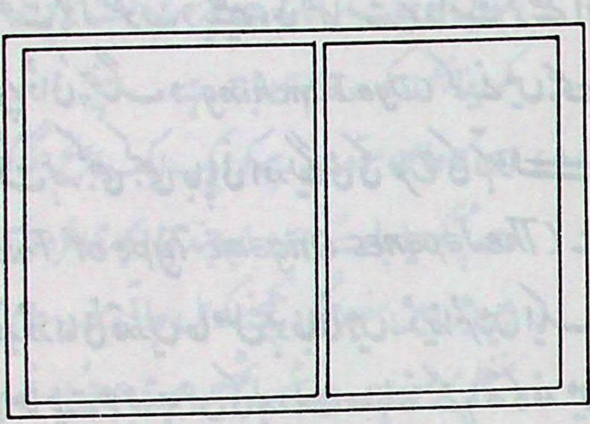
کردیتے ہیں جو سراسر غیر مناسب ہے۔ ہاں اگر تہوار کے کسی خصوصی موقع پر عمدہ ڈیزائن والا لفافہ ہو تو بات دوسری ہے۔ اس سے بھیجنے والے کی پہچان ہو جانی چاہیے۔ اس کام کے لیے ٹائپوگرافی میں مناسب سائز کی کوئی نشانی (Emblem) ٹریڈ مارک کافی رہتا ہے جس سے کمپنی کا اسٹائل معلوم ہو جاتا ہے۔ بہت زیادہ ہو تو ایک نعرہ یا ایک سرخی بہت ہے لیکن یہ نعرہ یا سرخی شاندار اور موزوں ہو۔

سرکولر اور لیف لیٹ (Circular and Leaflets)

یہ ایک ورق سے بنے ہوئے ہوتے ہیں۔ ان کی تعداد بھی ایک یا کبھی ایک سے زیادہ ہوتی ہے۔ کبھی یہ الگ الگ ہوتے ہیں یا کبھی اسٹیپل (Staple) کر دیے جاتے ہیں۔ یہ عام طور پر خطوط کے ساتھ ہی نتھی ہوتے ہیں اور ان کا مقصد مضمون میں اضافہ کرنا ہوتا ہے۔ یہ ان معنوں میں ہمہ گیر ہوتے ہیں کہ انھیں بلیک اینڈ وہائٹ، رنگین یا صرف سائیکلواسٹائل انداز میں چھاپا جاتا ہے۔ کاغذ سفید ہو سکتا ہے اور رنگین بھی۔

بہرحال ان سے ذاتی جذبات کی بو نہیں آتی۔ یعنی یہ بے تعصبی پر مبنی ہوتے ہیں۔ حتیٰ کہ ان سے منسلک جو خط ہوتا ہے اس سے بھی اسی قسم کا تاثر پیدا ہوتا ہے۔

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)



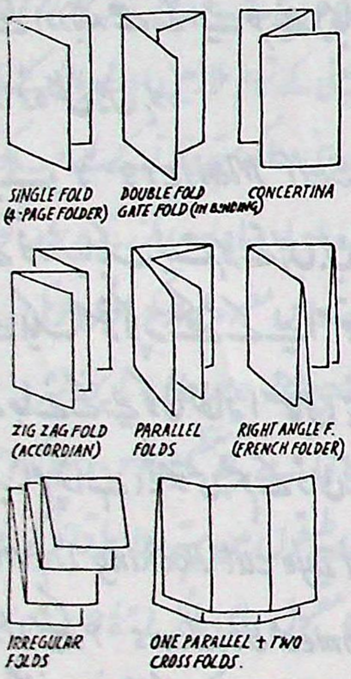
فولڈر (Folder)

یہ خط کے مقابلے کم اور بک لیٹ (Book let) کے مقابلے زیادہ ذاتی ہوتے ہیں۔ یہ اس وقت چھپوائے جاتے ہیں جب پیغام خط سے بڑا ہو جائے مگر بک لیٹ، نقشہ یا چارٹ کے لیے چھوٹا رہ جائے۔ کچھ پیغام جیسے سیاحی ادب (Tourist Literature) تو ایسے ہوتے ہیں جو صرف فولڈروں کے اسٹائل میں ہی چھپوائے جاتے ہیں۔

فولڈر کے ڈیزائن پر خصوصی توجہ دینے کی ضرورت ہوتی ہے۔ پیغام اس انداز میں مرتب کیا جاتا ہے کہ تواتر سے سمجھ میں آتا چلا جائے اور اس بات کا دارومدار فولڈر کی تہوں پر ہوتا ہے یعنی جیسے جیسے فولڈر کھولتے چلے جائیں ویسے ہی کہانی بیان ہوتی چلی جائے۔

آرٹسٹ کاغذ کے موڑ اس انداز سے تشکیل دینا شروع کرتا ہے کہ پیغام کے مختلف حصے دلچسپ تواتر اختیار کرتے چلے جائیں۔ کاغذ کے سائزوں کے علم سے کفایتی سائز کا پتہ لگانے میں آسانی ہو جاتی ہے۔ فولڈروں کے لیے کوئی تھمب نیل تیار نہیں کیا جاتا۔ پہلے رف فل سائز کو فولڈر ڈیزائن کی ڈمی (Dummy) کہا جاتا ہے۔

جامع فولڈروں (Comprehensive Folders) کی تیاری میں رف (Rough) لازمی طور پر رہنما ثابت ہوتا ہے۔ اس میں عناصر کے سائز، شکل و صورت (دکھائی دینے کے انداز) اور لے آؤٹ کافی حد تک یقینی دکھائی دینے چاہئیں۔ سامنے



اور پشت کے حصے کو جامعیت بخشنے کے لیے انھیں علیحدہ علیحدہ تیار کیے جا سکتے ہیں اور پھر ایک دوسرے کی پشت سے پشت ملا کر چسپاں کیا جا سکتا ہے۔ اسے بورڈ پر چسپاں نہیں کیا جاتا کیونکہ گاہک آزمائش کے طور پر انھیں استعمال بھی، کرنا چاہے گا۔ تیزی سے کھولے جانے والے فولڈروں اور نمونوں یا ترغیب دینے

والی پلاسٹک یا لکڑی کی چیزوں کو اپنے اندر رکھنے والے چیز دانوں کو ایسے کارڈ پر چھاپنے کی ضرورت ہوتی ہے جو اتنا مضبوط اور سخت ہو کہ ملفوف (چپٹے) کی ضخامت برداشت کر سکے اور جس پر ڈائی پنچنگ (Dye Punching) کرنے میں بھی سہولت ہو۔ کبھی کبھی جاپانی اوریگامی کی طرح کی تہوں سے (The Japanes Origami Type of Folds) مطلوبہ ڈرامائی قدریں حاصل ہو جاتی ہیں۔ ڈیزائنر میں ایک ایسی صلاحیت موجود ہو جس کی بدولت وہ ہاتھ کے کاغذ میں مطلوبہ شکنیں (Folds) اور ڈائی کٹ (Dye Cuts) کے نشان لگا سکے اور باندھنے کے ایسے طریقے ایجاد کر سکے جو اسکیچ ڈیزائنر کے ہی دائرہ عمل میں ہو۔

سیلف میلر (Self Mailers)

یہ ایسے فولڈر یا بک لیٹ ہوتے ہیں جن کے بیرونی صفحات میں سے ایک صفحہ کو پتہ لکھنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ انھیں لانے لے جانے کے لیے کوئی لفافہ استعمال نہیں کیا جاتا (اسی لیے ان کا یہ نام پڑا ہے)۔ خصوصی قسم کے ڈائی کٹ ہکنگ ڈیوائس (A Special Dye cut Hooking Device) کے ذریعہ یا گوندبردار اسٹیکر (Gummed Stickers) کے ذریعہ عبوری طور پر کھولنے سے باز رکھا جاتا ہے۔ اس ضمن میں استعمال کیا جانے والا اسٹاک کاغذ بھی ہو سکتا ہے اور کارڈ بھی۔ اسی طرح ڈیزائن کاری کا دار و مدار بھی اس بات پر منحصر ہوتا ہے کہ فولڈر تشکیل دینا ہے یا بک لیٹ۔

براڈ سائڈ (Broadsides)

دیو قامت سائز (560 mm × 890 mm) یا (430 mm × 560 mm) کے فولڈر کو براڈ سائڈ کہتے ہیں۔ اسے کسی لفافے میں رکھ کر یا بطور سیلف میلر ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجا جا سکتا ہے۔ اپنے جثہ کے باعث یہ ایک شاندار نقش مرتب کرتا ہے۔ اس خیال کے پیش نظر براڈ سائڈ سے ڈاک مہم کا آغاز اور اختتام کو نہایت شاندار قرار دیا جا سکتا ہے۔ اس کے ڈیزائن کو پوسٹر کے طور پر تصور کر کے اس پر بڑی بڑی تصاویر اور چھوٹا سا ترغیب دینے والا پیغام چھاپا جا سکتا ہے۔

بک لیٹ (Booklets)

بک لیٹ کی ڈیزائن کاری اس لیے کی جاتی ہے کہ اس میں کوئی مضمون فولڈر سے زیادہ گہرائی و گیرائی سے — پیش کیا جا سکے۔ اس میں قارئین کے بہت سے سوالوں کے جواب دیے ہوئے ہوتے ہیں۔ قاری اس سے ایک لمبے عرصے تک استفادہ کرتا ہے۔ جگہ (صفحات کی تعداد) فارمیٹ (Format) کا انتخاب اور کاغذوں کی اقسام۔ مختلف اوزان، رنگ اور بافت۔ دونوں یعنی سرورق اور اندرونی صفحات کے لیے۔ بہت زیادہ دستیاب ہیں۔ کاغذ سے مزاج متعین کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس کی فنش (Finish) کے ذریعہ خاص احساس اجاگر کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر کام کے لیے فارمیٹ کا انتخاب کاغذ کے اسٹاک سائز کے کفایتی تراش (Economical Cut) سے کیا جاتا ہے۔ یہ ایک اہم بات ہے کہ منتخب فارمیٹ پیغام کے لیے پسندیدہ شبیہ (فروخت اپیل، وقار، موقع (Occasion) یا صرف مسرت) اجاگر کرتا ہے۔ اس سے تجارت میں ایک خاص معیار بھی پیدا ہوتا ہے۔ اس میں تفصیلات دکھانے والی کافی بڑی تصاویر کی اجازت دی جانی چاہیے۔ 64 صفحات والی بک

لیٹ کو اس کے بیچ میں تار پیوست کر کے سیا جا سکتا ہے۔ 200 صفحات تک کی بک لیٹ میں پہلو کی سلائی (Side Stitch) کی جا سکتی ہے اور سرورق کو سب سے اوپر چسپاں کیا جا سکتا ہے۔ قلیل مدتی لٹریچر کے لیے سیکشن اسٹیچنگ (Section Stitching) سے شاذونادر ہی کام لیا جاتا ہے۔

کتابچے (Brochures)

ایسی چھوٹی کتابیں (Booklets) ہوتی ہیں جن میں تقریباً 16 صفحات ہوتے ہیں۔ ان کی نمائشی قدر (Presentation Value) بیش بہا نوعیت کی ہوتی ہے۔ اکثر مسحور کن اور کبھی کبھی خواہ مخواہ کی نمائشی۔ پیج لے آؤٹ (Page Layouts)، بصری اتحاد (Visual Unity) کا بہت اہم جز ہوتا ہے جس کے لیے ڈیزائنر کو پر کمال ترکیب سوچنی ہوتی ہے۔ دیگر ذرائع ابلاغ میں دیے جانے والے اشتہارات کے جواب میں موصول ہونے والی فرمائشوں کے مطابق جواب میں عام طور پر کتابچے لفافوں میں رکھ کر ڈاک کے ذریعہ بھیج دیے جاتے ہیں۔

ابجدی فرد (Catalogues)

یہ فولڈر یا بک لیٹ ہو سکتی ہے اور انھیں سیلف میلر کے طور پر یا لفافوں میں رکھ کر بھیجا جا سکتا ہے۔ حالانکہ ان کا اجرا دیگر موقعوں پر بھی عمل میں آسکتا ہے مگر یہ سیل آرڈر سے زیادہ وابستہ ہیں۔ ان کی نمایاں خصوصیات درج ذیل ہیں:

(1) زیادہ تر حقیقی فوٹو گرافوں یا ڈرائنگوں سے مزین ہوتی ہیں۔

(2) پروڈکشن کے متعلقہ تفصیلی معلومات اور ان کے فوائد درج ہوتے ہیں۔

(3) قیمتیں درج ہوتی ہیں بشرطیکہ پرنٹ آرڈر ختم ہونے کی مدت کے دوران ان میں تبدیلی ہونے کی توقع نہ ہو۔ قیمتیں تبدیل ہو جانے پر الگ سے فہرستِ قیمت چھپوا کر منسلک کر دینا بھی ایک عام سی بات ہے۔

(4) اس کا خاص مقصد یہ ہے کہ ایک ایک انچ جگہ کو معلومات سے پُر کر دیا جائے۔ اس لیے چند ہی ابجدی فرد ایسی ہوتی ہیں جن میں سفید جگہ دیکھنے کو مل جاتی ہو۔ یہ عام طور پر منظم موضوعات سے ٹھسا ٹھس بھری ہوئی اور فہرست سے نمایاں طور پر الگ دکھائی دیتی ہیں۔

ہاؤس جرنل (House Journal)

کسی کمپنی کے تمام ملازمین اور ممبران کے مابین بہتر سمجھ بوجھ پیدا کرنے اور اپنی ساکھ بہتر بنانے کے لیے جب کوئی کمپنی ایک خاص مدت (ایک ماہ یا دو ماہ بعد) گزرنے پر جب کوئی مواد شائع کرا کر تقسیم کرتی ہے تو اس مطبوعہ مواد کو ہاؤس جرنل، ہاؤس میگزین (House Magazine) یا نیوز لیٹر (Newsletter) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ کچھ تنظیمیں اس وسیلہ کا استعمال کمپنی سے متعلق مختلف طبقوں میں بہتر روابط قائم کرنے کے لیے بھی کرتی ہیں۔ اس کا مقبول عام سائز (11" × 8½") 279mm × 216mm یا A4 ہوتا ہے اور اس کے لیے لیٹر پریس پرنٹنگ پروسیس ٹھیک رہتی ہے کیونکہ اس کی کاپیوں کی تعداد بہت زیادہ نہیں ہوتی۔ فوٹو گرافس ہمیشہ خبروں کو معتبر بنانے کے لیے شائع لیے جاتے ہیں۔ اسی لیے طباعت میں کوٹیڈ پیپر کا استعمال کیا جاتا ہے یا پھر امیٹیشن آرٹ (Imitation Art) کا۔ کچھ ایسی مثالیں بھی مل جاتی ہیں جہاں نیوز لیٹر کو نیوز پرنٹ پر ٹیبلوئڈ (Tabloid

فارمیٹ میں طبع کرادیا گیا ہے۔ عام طور پر جرنل اور ہاؤس جرنل میں موجود جگہ مشتہرین کو فروخت نہیں کیا جاتا۔ اس کے برعکس اسے ڈاک کے ذریعہ مفت بھیجا جاتا ہے۔ یعنی اس طرح اس کا شمار ڈائریکٹ میل لٹریچر میں کیا جاسکتا ہے۔

جہاں تک اس کی ڈیزائن کاری کا سوال ہے تو یہ میگزین ہی کی طرح ہوتی ہے۔ اس کی شکل وصورت تمثیلات کی ٹائپ کے مطابق ہوتی ہے، سرورق کا ڈیزائن انفرادیت کا حامل اور اس کا مطالعہ کرنے پر اکسانے والا ہوتا ہے۔ اس میں باقاعدہ نوعیت کی چیزوں کے لیے مختص جگہوں میں ایک ترتیب رکھی جاتی ہے۔ فنِ طباعت (Typography) اور لے آؤٹ گرڈ (Layout Grids) کو معیاری بنایا جاتا ہے ... پروڈکشن کی قدر وقیمت اور جرنل کی شبیہ سنوارنے کے لیے مذکورہ بالا باتوں کو ذہن میں رکھا جاتا ہے۔ مندرجہ ذیل قانونی شرائط پر عمل کیا جاتا ہے:

(1) رجسٹریشن نمبر اتنے واضح طور پر لکھا جائے کہ محکمہ ڈاک کے ذمہ داران اسے باآسانی پڑھ سکیں۔

(2) پہلی سالانہ اشاعت میں ملکیت سے متعلقہ بیان شائع کرانا ضروری ہے۔

(3) ہر اشاعت میں پرنٹر اور پبلیشر کی پہچان (نام، پتہ) ضرور تحریر کرنا چاہیے۔

خبروں کے سب سے زیادہ عمومی عنوانات یہ ہو سکتے ہیں:

• سماجی • تکنیکی • کارکردگی تشویق اور • اداریہ

• سماجی : ایسے سماجی اجتماعات جہاں پورا اسٹاف شریک ہوتا ہو جیسے تہوار، کلب، سال گرہ، شادی، اموات، صحت، حفاظت، معزز اور اعلیٰ عہدے داران کی بطور مہمان تشریف آوری، کنبہ اور بچوں سے متعلقہ پروگرام وغیرہ کے موقع پر تمام اسٹاف کی شرکت۔

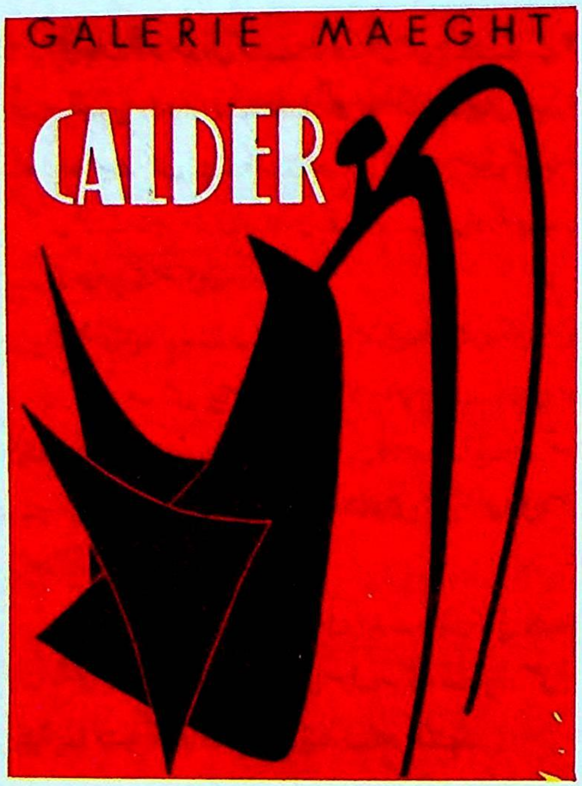
• تکنیکی : اپنے میں بہتری پیدا کرنے، کارکردگی میں بہتری لانے کی طرف راغب کرنے والے تعلیمی مضامین اور پروڈکٹ ریسرچ کے ذریعہ کی جانے والی ترقی سے متعلقہ مضامین وغیرہ۔

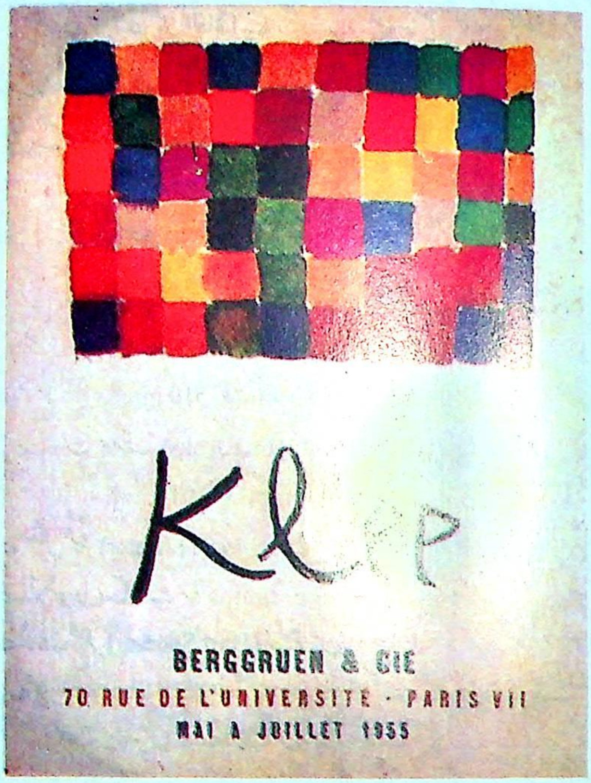
• کارکردگی تشویق (Performance Motivation) : جیسے مقابلے، انعام، ترقیاں (Promotions) اور یہ کہ دیگر شاخوں میں کیا ہو رہا ہے وغیرہ۔

• اس میں ایک ایڈیٹوریل مضمون ہوتا ہے اور کسی کسی موقع پر کمپنی کے چیرمین کی جانب سے پیغام بھی ہوتا ہے۔ خالی جگہوں کو پُر کرنے کے لیے مختلف چیزوں کی قسمیں اور لطیفے وغیرہ بھی ہو سکتے ہیں۔

ایڈیٹرشپ کی ذمہ داری عموماً پبلک ریلیشن آفیسر (Public Relations Officer) پر عائد ہوتی ہے۔ پبلک ریلیشن آفیسر کی مدد ترسیل رخ اسٹاف (Communication Oriented Staff) کرتا ہے جو کمپنی کی مختلف شاخوں سے وابستہ ہوتا ہے اور خبریں اور خیالات جمع کر کے پبلک ریلیشن آفیسر کی خدمت میں پیش کرتا ہے۔

پوسٹر (Posters)





آؤٹ ڈور اشتہار بازی (Outdoor Publicity)

آؤٹ ڈور اشتہار بازی کے لیے دیا جانے والا پیغام مندرجہ ذیل شکلوں کا ہو سکتا ہے:

— لکڑی کے فریم پر تنے ہوئے کپڑے پر ہاتھ سے پینٹ کیا ہوا پیغام۔

— نی آن سائن (Neon Sign) کے نظر فریب سائن بورڈ جن میں مختلف رنگوں کی روشنیاں جگمگاتی ہیں۔ یہ روشنیاں متحرک بھی ہو سکتی ہیں۔

— کاغذ پر چھپے ہوئے پوسٹر۔

— شاپ سائن (Shop Sign)۔ پینٹ شدہ سائن بورڈ یا ٹین کی چادر پر اینمیل حروف سازی (Enamel Lettering) یا رنگین پلاسٹک شیٹوں (Colour Plastic Sheets) پر تیار کیے ہوئے ڈیزائن۔

— بسوں، لاریوں، ویگنوں، ریلوں وغیرہ پر موبائل (Mobile Display) جو یا تو پینٹ کر دیے جاتے ہیں یا ٹین پر چھپے ہوئے ہوتے ہیں۔

یہ تمام کے تمام یاد دلانے والے اشتہارات (Recall Advertisements) کہلاتے ہیں کیونکہ ناظرین تو حرکت میں ہوتے ہیں اور شاذونادر ہی پیغام پڑھنے کے لیے رکتے ہیں۔ پوسٹر ناظر (Viewer) کو اس تفصیلی اشتہار کی یاد دلاتا ہے جو دیگر

ذرائع ابلاغ جیسے اخبار، میگزین، ڈائریکٹ میل وغیرہ میں چھپ چکا ہوتا ہے۔ ہم اپنے مطالعہ کو کاغذ پر چھپنے والے اشتہارات تک ہی محدود رکھیں گے۔

پوسٹر ڈیزائن (Poster Design)

جہاں آؤٹ ڈور ڈسپلے کے لیے لے آؤٹ کے تمام ضابطے عائد ہوتے ہیں پوسٹر میڈیم کے لیے خصوصی طور پر کچھ شرائط عائد ہوتی ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں:

(1) یہ اپنی جانب توجہ مبذول کرانے والا ہو۔ اس میں پڑھنے کے لیے جلی حروف اور تصاویر موجود ہوں۔ 80% رقبہ گھیرا جاسکتا ہے۔ یہاں سفید رقبہ کی کچھ زیادہ اہمیت نہیں ہے چمچماتے ہوئے رنگوں کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔ پیسٹل کلر کے مقابلہ ابتدائی اور ثانوی رنگ بہتر رہتے ہیں اور توجہ جذب کرانے کے مقام پر خاکستری (Grays)۔

(2) یہ اس طرح تیار کیا جائے کہ ممکنہ حد تک کم ترین وقت میں یعنی 6 سیکنڈ سے بھی کم عرصہ میں پیغام پہنچانے کا کام انجام دے۔ سادگی اور راستی (Simplicity and Directness) کامیابی کا راز ہے۔ ایک واحد تصور کو ایک پوسٹر میں 6 الفاظ یا اس سے بھی کم الفاظ میں پیش کرنا واقعی اصل میں "جلد" قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس طرح بظاہر پوسٹر میں تفصیلی عبارت یا بڑی کاپی (Body Copy) جیسی کوئی چیز نہیں ہوتی۔ اس میں صرف سرخی تصاویر اور معنی خیز علامت (پروڈکٹ یا کمپنی لوگو ٹائپ یا ٹریڈ مارک) ہوسکتا ہے۔

(3) پوسٹر میں فوری طور پر پروڈکٹ یا خدمت خریدنے کی تحریک اجاگر کرنے کی خصوصیت موجود ہو۔

(4) یہ ناظر کو کسی اور ذرائع ابلاغ میں چھپے ہوئے تفصیلی پیغام کی یاددہانی کرادے۔ اس لیے یہ بات اکثر دیکھنے میں آتی ہے کہ پوسٹر کے سرخی، کاپی، تصاویر، رنگوں، لے آؤٹ وغیرہ کے عناصر وہی ہوتے ہیں جو دیگر ذرائع ابلاغ کے ذریعہ کی جانے والی اشتہاری مہم میں استعمال کیے جاتے ہیں۔

(5) پوسٹر، پیغام کے دعوے کی توثیق کرتا ہے بشرطیکہ اس میں استعمال کی جانے والی تصاویر الفاظ سے زیادہ بولتی ہوئی استعمال کی جائیں۔ فوٹوگرافی سے حقیقت کا اظہار بھی ہو جاتا ہے اور اس سے دعوے کی توثیق بھی ہو جاتی ہے۔ بصری طور پر پُراثر بنانے کے لیے تصویر میں مبالغہ پیدا کر دیا جاتا ہے۔ اسٹائل شدہ آرٹ کو جلی، فوراً ہی سمجھ میں آجانے والی، جاذب نظر اور ترغیب دینے والی ہونی چاہیے۔ تجریدی آرٹ (Abstract Art) کوئی مدد نہیں کرتی۔ واضح طور پر معرف یک رخی تصویر (Silhouette) دیکھنے والے پر فوراً اثرات مرتب کرتی ہے۔ رنگوں سے معنویت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

(6) اگر پوسٹر کی تحریر سمجھ میں نہ آئے تو یہ لیٹرنگ کی وجہ سے نہیں ہوتا۔ یہاں لمبے، تکثیف شدہ یا ضرورت سے زیادہ الفاظ مطلوب نہیں ہوتے بلکہ پس منظر کی مخالفت میں الفاظ ایسے رنگ سے لکھے جائیں جو واضح طور پر نظر آجائیں۔ ایسا کیا جائے تو یہ سمجھ میں آجائیں گے اور آسانی سے پڑھ لیے جائیں گے۔

مختلف سائز، طباعت، استعمال

عام طور پر اشتہارات درج ذیل سائزوں میں چھاپے جاتے ہیں:

ونڈو کارڈ (Window Card) کے لیے۔

15" × 20", 380 mm × 510 mm

اسٹریٹ لائٹ کیوسک (Street light Kiosks) کے لیے:

30" × 40", 760 mm × 1016 mm

اسے سنگل شیٹر (Single Sheeter) کہتے ہیں۔

چھوٹے شہروں کے لیے سائز 20"×30", 568 mm × 760 mm

اسے نصف شیٹر (Half Sheeter) کہتے ہیں۔

سکس شیٹر (Six Sheeter): 6 شیٹیں (Sheets) علیحدہ علیحدہ چھاپے جاتے ہیں اور انھیں بعد میں چسپاں کرنے والا شخص یکجا کر دیتا ہے۔

60" × 120" or 1520 mm × 3048 mm

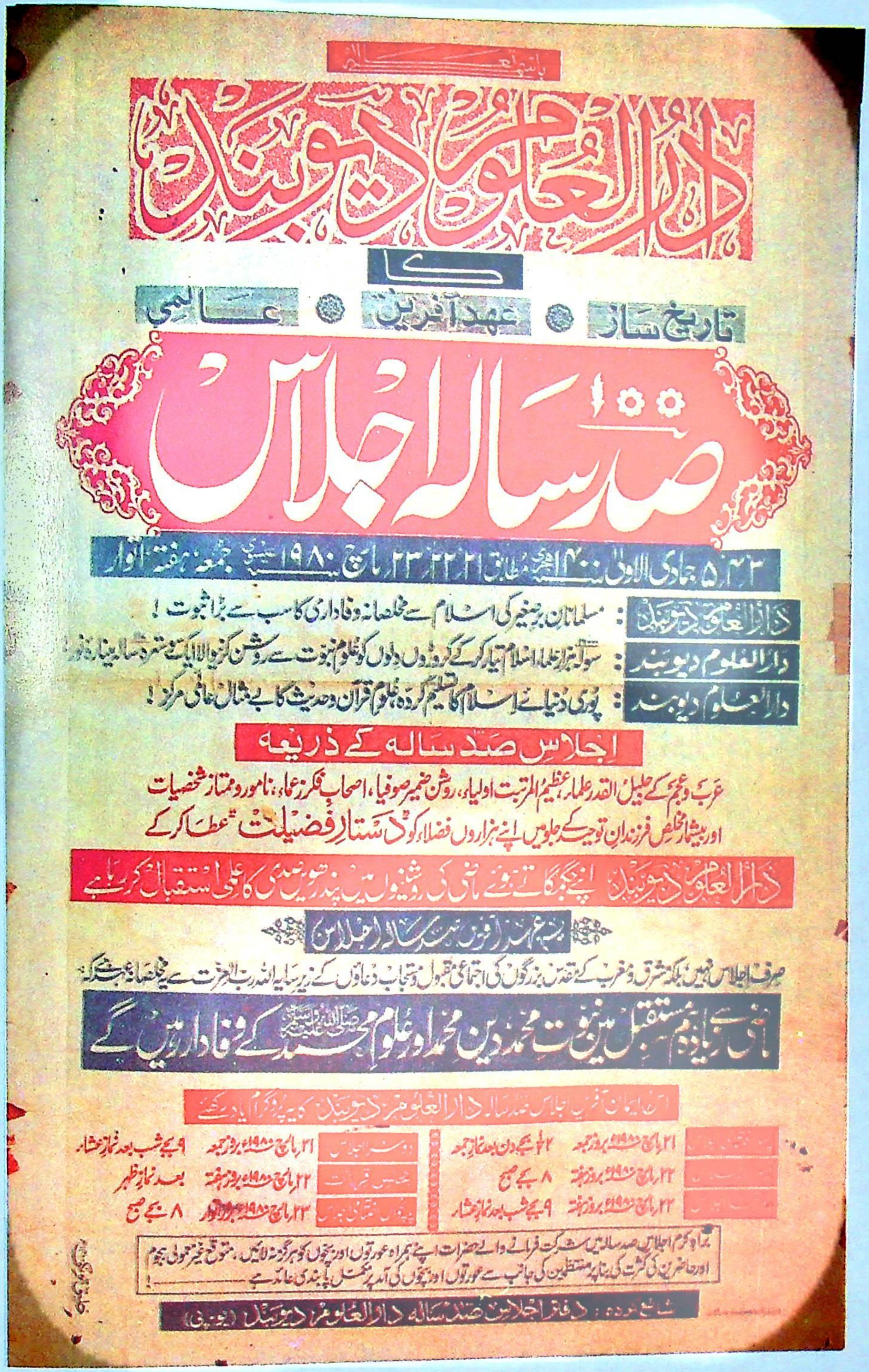
ٹو شیٹر (Two Sheeters) اور تھری شیٹر (Three Sheeters) بھی مروج ہیں۔

ریلوے کیوسک (Railway Kiosks) کا سائز:

27" × 40", 685 mm × 1016 mm

پوسٹروں کو زیادہ تر آفسیٹ پروسیس سے ہی چھاپا جاتا ہے اور ہمارے ملک میں سینما انڈسٹری کے لیے یہ کام خاص طور پر کیا جاتا ہے۔ اسٹریٹ لائٹ کھمبے (Street Light Poles)، ریلوے اسٹیشن اور سینما گھر کچھ ایسے نمائش (Display) مقامات ہوتے ہیں جو پوسٹروں کے معیاری سائز کے لیے موزوں رہتے ہیں۔

صارفین کے لیے اشیا تیار کرنے والی صنعتیں، الیکشن لڑنے والی پارٹیاں، ٹورزم انڈسٹری (Tourism Industry) اور ثقافتی تنظیمیں پوسٹروں کو کم پیمانے پر اور چھوٹے سائز میں ہی چھپواتی ہیں۔



پوسٹر کا ایک مکمل نادر و نایاب نمونہ بقلم استاذ الاساتذہ جناب محمد خلیق ٹونکی

حضرت بسمل کے فیضِ خاص سے ہو رہا ہے ٹونک میں "جشنِ مراد"

جشنِ مراد سعیدی

بسلسلہ سند فارغ الاصلاح

اور

آل انڈیا مشاعرہ

زیرِ سرپرستی رئیس المتغزلین ممتاز الشعراء لسان الملک حضرتِ بسمل سعیدی

افتتاحِ جشن

از عزت مآب جناب رام کشور ویاس (اسپیکر راجستھان اسمبلی)

آل انڈیا مشاعرہ

زیرِ صدارت

عزت مآب جناب شیو چرن ماتھر (وزیر خوراک وزراعت راجستھان)

مہمانِ خصوصی عزت مآب جناب فاروق حسن نقوی (اسٹیٹ منسٹر (تعلیمات راجستھان)

ٹونک اور راجستھان کے ادبی و شعری حلقوں میں یہ خبر مسرت کیساتھ سنی جائیگی کہ

رئیس المتغزلین حضرت بسمل سعیدی

اپنے تلمیذِ رشید منشی حافظ عماد الدین خاں صاحب مراد سعیدی ٹونکی کو

سند فارغ الاصلاح

سے سرفراز فرما رہے ہیں، اس موقع پر ٹونک کی سب ہی ادبی اور شعری انجمنوں کے پُرخلوص تعاون سے

تاج اکیڈمی (ٹونک)

نے اپنے ہردل عزیز جواں فکر، جواں سال شاعر جناب مراد سعیدی کے "تہنیتی جشن" منانے کا فیصلہ کیا ہے جس میں مراد سعیدی صاحب کی ادبی اور شعری صلاحیتوں کے پیشِ نظر خراجِ تحسین پیش کیا جائے گا مشاعرہ میں مقامی شعراء کرام (راجستھان) اور بیرونِ راجستھان کے شعراء عظام بھی شرکت فرما رہے ہیں، بالخصوص محسنِ شعر و ادب جناب کنور مہندر سنگھ بیدی سحر، جناب مخمور سعیدی اور ہندوستان کے دوسرے مایۂ ناز شعراء نیز مزاح نگار ممتاز شاعر رونقِ مشاعرہ ہوں گے لہٰذا جملہ ادب نواز، اصحابِ ذوق اور شعر و سخن سے دلچسپی رکھنے والے حضرات سے التماس ہے کہ

۱۷ دسمبر ۱۹۷۵ء کو رات کے ۸½ بجے

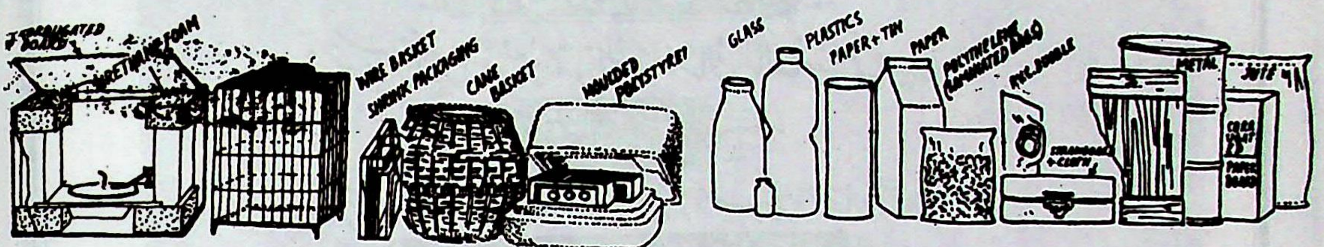
دار العلوم خلیلیہ (ٹونک)

میں اس جشن اور مشاعرے میں شرکت فرما کر اراکینِ مجلسِ استقبالیہ کو شکریہ کا موقع بخشیں

الداعیان

صدر مجلسِ استقبالیہ		جنرل سکریٹری مجلسِ استقبالیہ
بنواری لال اسٹیٹ منسٹر	ناشر: شعبۂ نشر و اشاعت جشنِ مراد کمیٹی ٹونک (راج)	**صاحبزادہ شوکت علی خاں**

پیکیجنگ ڈیزائن (Packaging Design)



مقصد (Purpose)

پیکنگ کا بنیادی مقصد تین وجوہات کی بنا پر دراصل چیزدان (Container) مہیا کرنا ہوتا ہے۔ پروڈکٹ کی حفاظت، پروڈکٹ (تیار شے) لانے لے جانے میں آسانی اور شے سے متعلقہ معلومات۔ تاہم عملاً اس کا استعمال صارف کی منظوری حاصل کرنا ہوتا ہے۔ کیونکہ پیکنگ کی وضع قطع سے ہی پیکنگ شدہ شے کی قدر و قیمت کا تصور پیدا ہوتا ہے اور اس کی توقیر میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک دوسرا تصور بھی کارفرما ہوتا ہے اور وہ یہ کہ شے استعمال کرنے کے بعد پیکنگ کو (کسی اور شے کے رکھنے کے لیے) اٹھا کر رکھ دیا جاتا ہے۔

چونکہ تیار شے کو خوردہ فروش الماریوں میں رکھ کر فروخت کرتا ہے اس لیے اس بات کے پیش نظر پیکنگ اس قسم کا ہونا چاہیے جو فروخت کنندہ اور خریدار دونوں کو اپنی جانب راغب کرنے والا ہو۔ مارکیٹ میں مقابلہ آرائی کو دھیان میں رکھ کر ہر ایک فروخت کنندہ پیکنگ کے ڈیزائن سے زیادہ سے زیادہ فائدہ حاصل کرنا چاہتا ہے یعنی پیکنگ کی وضع قطع، سائز، رنگ گنجائش، کھولنے کا طریقہ، استعمال میں سہولت، لیبل کے ڈیزائن وغیرہ کی مدد سے صارف کی توجہ پیکنگ شدہ شے کی جانب زیادہ سے زیادہ مبذول کرانا اور اپنے حریف کو مات دینا ہوتا ہے۔

ایک خاص مدت گزرنے کے بعد پیکنگ میں کام آنے والی شے بہرحال بے کار ہو جاتی ہے جیسے تیزاب استعمال کرنے کے بعد پیکنگ میں کام آنے والا کانچ کا برتن، کبھی کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ پیکنگ شدہ سامان کی ظاہری شکل و صورت کو دلفریب بنانی پڑتی ہے جیسا سنگھار کی اشیاء کی پیکنگ۔ اس طرح شیشہ کی بوتلیں، ٹین کے ڈبے، المونیم کی

ٹیوب ، لکڑی کے ڈبے اور پیٹیاں ، ہر شکل وصورت کے پلاسٹک کے چیز دان ، بانس اور بید کی ٹوکریاں ، گتّے کے چھوٹے بڑے ڈبے وغیرہ پیکنگ میں استعمال کیے جارہے ہیں ۔ اصل میں یہ کام تو صنعتی ڈیزائنر کا ہوتا ہے مگر کاغذ اور گتّے کے مختلف ڈبوں کے ڈیزائننگ کے کام کی ذمہ داری گرافک ڈیزائنر کو سونپ دی جاتی ہے کیونکہ انھیں پرنٹ شاپ میں (بڑے پیمانہ پر) تیار کرایا جاتا ہے اور اس کے لیے دھات ، پلاسٹک ، یا لکڑی کے سامان کی تیاری کے لیے الگ سے کسی دوکان وغیرہ کو قائم کرنے کی ضرورت ہوتی ہے ۔

ڈیزائن سے متعلق قابل لحاظ امور (Design considerations)

پروڈکٹ کے لیے ڈیزائن کی زبردست پہچان ہونی چاہیے کیونکہ یہ خوردہ فروش کی شیلف پر نمایاں طور پر کھڑا رہتا ہے اور ایک خاموش مگر متاثر کن انداز میں اپنی بات منوانے والے سیلز مین کا کردار ادا کرتا ہے ۔ ڈیزائنر حریفوں کے پیکجوں کو جمع کر لیتا ہے اور آزمائشی رد عمل کا مشاہدہ کرنے کے لیے ایک نقل (Mock) تیار کرتا ہے ۔ ڈیزائنر کے ذہن میں مندرجہ ذیل امور موجود ہوتے ہیں ۔

• وضع قطع اور سائز (Shape and size) عام طور پر بکس بنائے جاتے ہیں ان میں مستطیل نما تلی اور عمودی دیواریں ہوتی ہیں ۔ سب سے اوپری طرف ، عموماً ڈھکن ہوتا ہے ۔ یہ سب سے آسانی سے تیار ہو جاتے ہیں اور سب سے مضبوط بھی رہتے ہیں اور بڑے کارٹنوں میں اس خوبی سے سما جاتے ہیں کہ ان میں (کارٹنوں میں) ذرا سی بھی جگہ بے کار نہیں جاتی اور بڑی تعداد میں انھیں ادھر سے ادھر لے جایا بھی جا سکتا ہے ۔

گول پیندے والے چیز دانوں میں مسلسل قسم کا گول عمودی پینل ہوتا ہے اور انھیں تیار کرنے کے لیے خصوصی مینوفیکچرنگ تکنیکوں کا استعمال کرنا ہوتا ہے ، ہشت پہلو اور شش پہلو (Octagonal & Hexagonal) پیکیج بھی بازار میں دکھائی دے جاتے ہیں مگر شاذ و نادر ۔

بکس (ڈبہ) کی وضع قطع اور سائز اس قسم کا ہو کہ اس میں پروڈکٹ بخوبی سما جائے ۔ اگر ضروری ہو تو ڈبہ میں رکھنے سے قبل پروڈکٹ کو کسی مناسب چیز سے تیار کردہ چیز دان میں بمع متعلقہ لٹریچر رکھا جائے ۔ ڈھکن کھولنے اور بند کرنے کا کام سیدھا سادا ہو (پیچیدہ نہ ہو) ۔

پہلے وہ اونچائی اور تلی کے سائز پر مبنی نمونے کا تختہ یا ٹیمپلیٹ (Template) تراشتا ہے اور اسے ڈیزائن کاری میں آسانی کے پیش نظر چپٹا رہنے دیتا ہے ۔

• لے آوٹ (Layout) ڈیزائن کی نظارگی سے متعلق سب سے اہم بات یہ ہے کہ اس میں جاذبی قدر (Attraction Value) موجود ہونی ہی چاہیے ۔ اس کے علاوہ اس پر ایک نگاہ ڈالتے ہی یہ پتہ

چل جائے کہ اس میں کیا چیز پیک کی گئی ہے (اگر ممکن ہو تو اس چیز کے فائدے بھی معلوم ہو جانے چاہئیں)، چاہیے یہ پیکیج شیلف پر آنکھوں کی سطح پر، آنکھوں کی سطح سے اوپر یا پھر کہنی کی اونچائی پر رکھ ہو۔

ڈبہ پر عام طور پر جو اطلاعات فراہم کرائی جاتی ہیں وہ یہ ہیں:

(i) پروڈکٹ کا برانڈ نیم (Brand Name)۔ اسے ترجیحاً تمام پینلوں پر سب سے اونچا لکھنا چاہیے۔

(ii) تصویریں ــــ اس میں پروڈکٹ اور اس سے متعلق یہ دکھایا جا سکتا ہے کہ وہ کیسے استعمال کیا جاتا ہے اور اس کے استعمال کرنے سے کیا کیا فائدے حاصل ہوتے ہیں۔

(iii) اجزائے ترکیبی، مقدار، کوالٹی، فوائد وغیرہ سے متعلق تفصیلی معلومات۔ یہ کم از کم ایک پینل پر ضرور درج کی جائے۔

(iv) استعمال سے متعلقہ ہدایات ــــ اگر ممکن ہو تو وارننگ بھی بشرطیکہ پروڈکٹ خطرناک قسم کا ہو۔ یہ باتیں ــــ عموماً لال رنگ سے چھاپی جاتی ہیں۔

(v) صنعت کار (Manufacturer) کی پہچان ٹریڈ مارک، نام، پتہ۔

(vi) کچھ چیزوں پر انھیں تیار کرنے کی تاریخ اور ان کے خراب ہو جانے کی تاریخ لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

(vii) کچھ کمپنیاں پروڈکٹ کی قیمت لکھنا ضروری سمجھتی ہیں۔

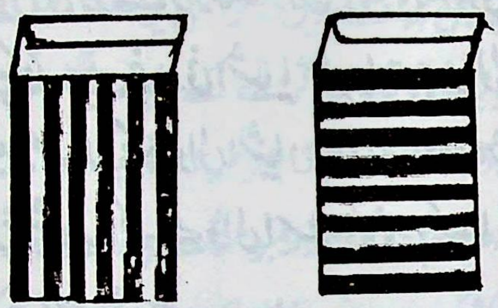
لے آؤٹ ڈیزائن کے اصولوں کو پہلی نظر میں دکھائی دیے جانے والے حصوں پر نافذ کرنا چاہیے۔ ایک ہی وقت میں اس مرئی حصہ میں دو اطراف اور اوپری سطح دکھائی دے سکتی ہے۔

ایک دوسری قابل لحاظ چیز فریب نظر (Optical Illusion) ہے صحیح سمتوں میں خطوط بنا کر ڈبے کے نظارے میں عمودی یا افقی زور پیدا کیا جا سکتا ہے۔

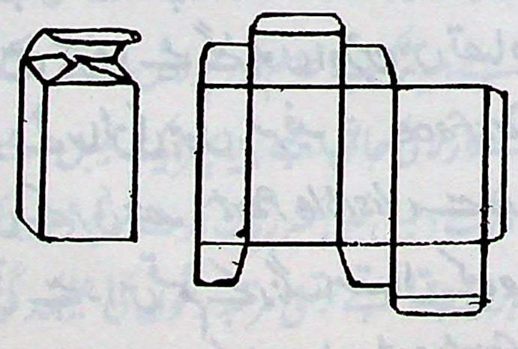
کچھ صنعت کار ایسا بھی سوچتے ہیں کہ تیار شدہ چیزوں کے پورے سلسلہ کے ڈیزائن میں کچھ باتیں مشترک ضرور ہونی چاہئیں اور یہ کہ انفرادی پیکیجوں کی علیحدہ علیحدہ پہچان ہونی چاہیے۔ جہاں تک مارکیٹنگ کا تعلق ہے تو دونوں کی ہی اپنی اپنی خوبیاں بھی ہیں اور خامیاں بھی۔ تاہم ڈیزائنر کو منصوبہ کی جانب سے ہوشیار رہنا چاہیے تاکہ اگر ضروری ہو تو وضع قطع سے متعلق تبدیلیوں سے نمٹ سکے۔

• رنگ: شیلف پر رکھے پیکنگ کو جاذب نظر بنانے یعنی شیلف اپیل کے لیے رنگ کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ بھڑکیلے رنگ (Bright Colour) اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کرتے ہیں۔ زیادہ تر مدھم پیسٹل کلر (Soft Pastel Colour) ایسے ہوتے ہیں جو صوفیانہ اور پراثر ہوتے ہیں۔ کچھ رنگ عورتوں پر، تو کچھ مردوں پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ اس لیے رنگوں کا انتخاب کرنے سے قبل اس پر غور کر لیا جائے کہ اس شے کو کون

استعمال کرے گا۔ زیادہ تر مستورات ہی خریداریاں کرتی ہیں اس لیے ان کی پسند کے رنگ کو فوقیت دی جانی چاہیے۔ کچھ رنگ ایسے ہوتے ہیں کہ اندرون روشنی (Indoor Light) میں بھی دھندلا جاتے ہیں جبکہ چند ایک اس وقت دھندلا جاتے ہیں جب پیکنگ کو کھڑکیوں میں (دھوپ میں) رکھ کر سجا دیا جاتا ہے۔ بہر حال اس سے بچنا چاہیے۔



اوپر دائیں طرف دکھائے گئے ڈبہ کے مقابلہ بائیں طرف رکھا ہوا ڈبہ نسبتاً لمبا نظر آ رہا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ عمودی اور افقی خطوط کے باعث فریب نظر پیدا ہو گیا ہے۔



اوپر 3-D ڈبہ چپٹے ٹیمپلیٹ سے تیار کیا گیا ہے (جسے باکس بورڈ پر چھاپنے کے بعد پنچ کر دیا گیا ہے اور اسے ڈبہ کے قریب ہی دکھایا گیا ہے)۔ پیکیج میں کام آنے والے مختلف قسم کے سامان کی تعداد میں ہمیشہ ہی اضافہ ہوتا رہتا ہے۔

پیکیج ڈیزائن میں (ہونے والی) تبدیلی
(Change in Package Design)

پیکیج کا ڈیزائن وقتاً فوقتاً تبدیل ہو جانے والی چیز نہیں ہوتی لیکن مندرجہ ذیل حالات میں تبدیلی ضروری ہو جاتی ہے۔ اس کا تعلق بہر حال فروخت میں اضافہ سے ہوتا ہے۔

- جب کہ حریفوں کی پیکنگ کے ڈیزائن بہتر ہو گئے ہوں۔
- موجودہ ڈیزائن پرانا ہو گیا ہو۔
- مال اور ڈیزائن میں تکنیکی ترقی کے سبب جمالیاتی — اور معاشی طور پر بہتری لانے کے امکانات بڑھ گئے ہوں۔
- کمپنی کسی دوسری کمپنی میں ضم ہو گئی ہو یا دیگر لوگوں کے ہاتھوں میں پہنچ گئی ہو۔ نئے منتظمین یہ سوچتے ہوں کہ پیکنگ کے ڈیزائن کی تبدیلی سے ان کی شبیہ سدھر جائے گی، یا موجودہ بازار کو ہاتھ سے نہ جانے دینے اور خوردہ فروشوں، گاہکوں کو مال خریدنے پر تیار کرنے میں ہونے والی پریشانی کم کرنے کے مدنظر یہ سوچ کر تبدیلی لانا چاہیے کہ نئی وضع قطع میں کچھ پرانی پہچان (رنگ،

طباعت یا کچھ بنیادی نقوش یا پرانی پیکنگ سے مشابہت) بھی برقرار رہے گی اور گاہکوں کو بھی زیادہ راغب کیا جاسکے گا۔ کیونکہ شکل وصورت اور نام میں بہت زیادہ تبدیلی لانے اور پھر اسے مقبول کرنے پر بھی بھاری اخراجات برداشت کرنے پڑیں گے۔

لیبل (Label)

لیبل کا خاص کام پروڈکٹ سے متعلق معلومات پہنچانا ہوتا ہے اور یہ چیز (معلومات) پیکنگ کا ایک ضروری حصہ ہوتی ہے۔ اس کام کو انجام دینے کے لیے ٹیگ (Tag) یا اسٹیکر (Sticker) کا بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔ یا پھر یہ معلومات بذات خود چیز دان پر بھی کندہ ہوسکتی ہے۔ مگر لامحالہ طور پر ایسا ہوتا ہے کہ صارفین اور ممکنہ گاہک جب اس کا قریب سے معائنہ کرتے ہیں تو یہ چیز مقبولیت میں اضافہ کا سبب بن جاتی ہے۔ ڈیزائنر اس بات سے آگاہ ہوتا ہے اور وہ اسے خریدنے کی خواہش کو اجاگر کرنے والا اثر پیدا کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ ذیل میں زیادہ تر لیبلوں سے متعلقہ مخصوص معلومات کا ذکر کیا گیا ہے۔

(i) پروڈکٹ کا برانڈ نام (Brand Name of the Product)

(ii) تکنیکی تفصیل ـــــ اجزائے ترکیبی، ترکیب،

(iii) مقدار ـــــ وزن کے حساب سے، حجم کے حساب سے یا تعداد کے حساب سے۔

(iv) معنی خیز نشان یا علامت (Signature or Logo) ـــــ فروخت کرنے والے کا ٹریڈ نام، ٹریڈ مارک اور پتہ۔

(v) دواسازی سے متعلق (Pharmaceutical) لیبلوں پر اکثر یہ بھی درج ہوتا ہے ـــــ علامات برائے استعمال، ہدایات برائے استعمال، خوراک اور فائدے۔ دوا استعمال کرنے والے یہ باتیں جاننا چاہتے ہیں۔

(vi) اگر کچھ اشیا زہریلی ہوں یا ان کے استعمال سے بعد میں کچھ خطرناک اثرات مرتب ہوسکتے ہوں تو قانون کی رو سے وارننگ درج کرنا بھی ضروری ہے۔

(vii) اگر پیکنگ میں خوردنی اشیا یا مشروبات ہوں تو لیبل پر انھیں محفوظ رکھنے والی اشیا (Preservative) اور خوشبو پیدا کرنے والی اشیا کا نام لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

چھوٹے پیکجوں کے لیے لیبل (Label)

چھوٹے سائز کا ایک گرافک ڈیزائن ہوتا ہے۔ ٹائپ چھوٹی ہوتی ہے۔ ایسی مہین ٹائپ سینس سیرفس (Sans - Serifs) کہ جن کے فیس کھلے (Open Faces) ہوں اور جو آسانی سے پڑھے اور دکھائی دے سکیں، چھوٹی سی جگہ میں بھینچ دیے گئے ہوں اور جن میں تصاویر/تمثیلات چھوٹے سائز کی ہوں۔ سرفیس (Surface) کے گرد لیبل کے مرئی حصہ (Visible Part) سے حد بندی کردی جاتی ہے۔ اس قسم کے رنگ استعمال کیے جاتے ہیں جن سے معلومات میں کنٹراسٹ (Contrast) بھی پیدا ہوجائے اور توجہ اور اثر بھی۔

زیادہ تر لیبل کرومو پیپر (Chromo paper)

پر چھاپے جاتے ہیں، کوٹیڈ سائڈ (Coated Side ہاف ٹون میں بھی پرنٹ ہوگی اور غیر کوٹیڈ (Uncoated سائڈ پر ایڈ ہیزو (Adhesive) لگایا جائے گا۔ پہلے سے ہی گوند لگے لیبلوں کے استعمال سے لیبل چپاں کرنے کے میکانیکی پروسیس کی کارکردگی بڑھ جائے گی (چپاں کرنے کے لیے صرف پانی کی ہی ضرورت پڑے گی)۔ لیکن ان کا ذخیرہ کرتے وقت ہوشیاری برتنے کی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ زیادہ نمی سے لیبل خراب بھی ہو سکتے ہیں۔ کوٹی پر تکلف ہونے کے مطلوبہ نشانات پیدا کرنے کے لیے سپر گلوس انک (SuperGloss Inks)، فوئل اسٹامپنگ (Foil Stamping)، بلائنڈ ایمبوسنگ (Blind Embossing)، ڈائی کٹنگ (DyeCuttings)، خصوصی چمک دار اور بافت شدہ کاغذوں (Taxtured Paper) پر ابھرواں چھپائی کرنا ایک عام بات ہے۔

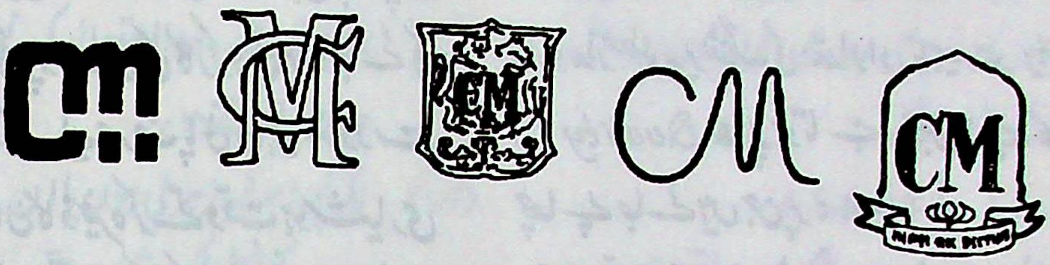
پرنٹنگ مشین پر داب کم کرنے کے لیے لیبلوں کو ایک ہی صفحہ پر بہت سی تعداد میں چھاپا جاتا ہے۔ اس کے لیے یا تو آرٹ ورک (Art Works) کئی کئی بار دہرایا جاتا ہے (یہ ترکیب عام طور پر لائن آرٹ کے لیے بروئے کار لائی جاتی ہے) یا پھر ایک لیبل کے ماسٹر آرٹ ورک (جس میں کثیر رنگ آرٹ موجود ہو) کو اتنی مرتبہ دہرایا جاتا ہے جتنی مرتبہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے اسٹیپ اینڈ ریپیٹ مشین (Step & Repeat Machine) استعمال کرنے کے لیے کام میں آنے والے فرمے (Forme) درکار ہوں۔ پرنٹنگ پروسیس کا دارومدار مطلوبہ پرنٹنگ کی مقدار اور ماہیت (Quantity & Quality) پر ہوتا ہے۔ لیبل ایسے کاغذ پر بھی چھاپے جاتے ہیں جن پر:

(a) تھرموپلاسٹ ایڈ ہیزو (Thermoplast Adhesive) چڑھے ہوں۔ صرف پشت پر سے ایک مرتبہ گرم کر دینے پر چپکنے والی شے (Adhesive) سطح سے چپک جاتی ہو۔

(b) داب حساس ایڈ ہیزو (Pressure Sensitive Adhesive) بھی موجود ہوتے ہیں۔ جب لیبل چسپاں کرنا ہوتا ہے تو حفاظتی لیمینٹ (Protective Laminate) اتار دیا جاتا ہے۔

لیبلوں میں تبدیلی لانا خطرناک ہوتا ہے کیونکہ صارفین میں اس قسم کی تبدیلیوں سے ناخوش گواری پیدا ہو جاتی ہے۔ اگر ضروری ہو جائے تو یہ کام درمیانی مرحلوں کے ذریعہ انجام دیا جائے اور ایک دم یا شدید قسم کی تبدیلیاں کرنے سے اجتناب کیا جائے۔

ٹریڈمارک (Trade Mark)



بائیں سے دائیں : ڈرائنگ سے ٹریڈ مارک کیریکٹر کا تعین ہوتا ہے۔ مونوگرام (ایک دوسرے میں پیوست حروف (Interlaced Letters)، کوٹ آف آرمس (Coat of Arms)، واٹر مارکس (Water Marks) اور کمپنی کے ابتدائی حروف C اور M سے عمدہ دکھایا گیا ہے۔

طویل مدتی ڈیزائن (Long Term Design)

مقاصدِ فروخت کے حصول کے لیے اشتہاراتی مہم کے دوران زیادہ تر اخبارات اور میگزین کے اشتہارات سے عوام پر سب سے زیادہ اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ پھر رفتہ رفتہ یہ اثرات ختم ہوتے چلے جاتے ہیں۔ حتیٰ کہ پھر دوبارہ نئی مہم شروع کی جاتی ہے اور پھر از سرِ نو اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ اپنے حوالہ جاتی مواد کی وجہ سے کچھ کتابوں اور فولڈروں کو نسبتاً کچھ زیادہ عرصے تک کام میں لایا جاسکتا ہے مگر ڈیزائن کے کچھ علاقے ایسے بھی ہوتے ہیں جو مشتہر کی بہت لمبے عرصے تک اور مستحکم انداز میں خدمات انجام دیتے رہتے ہیں جیسے کہ ٹریڈ مارک، بک جیکیٹ، ریکارڈ کورس (Record Covers)، لیٹر ہیڈ، لیبل (Labels) وغیرہ۔ ان تمام میں ٹریڈ مارک خصوصی توجہ کا طالب ہوتا ہے کیوں کہ اس میں پیغام کے عمومی عناصر تو موجود نہیں ہوتے مگر اس کے باوجود بھی یہ اشیا کی کوالٹی کے ساتھ ساتھ اُن کی پہچان کا پیغام اُجاگر کرتا ہے۔ آئیے اس ضمن میں استعمال کی جانے والی کچھ تعریفوں کی جانچ پڑتال کریں۔

- علامت (Symbol) : یہ ایک تجریدی تصویر / تمثیل (Abastract Illustration) ہوتی ہے جو کسی حرکت (عیسائیوں کا صلیب (Cross)، جھنڈے وغیرہ) یا کسی تنظیم (الفاظ اور حروفِ تہجی شامل ہیں جیسے (A.I.F.M.P.'UNESCO وغیرہ کو ظاہر کرتی ہے۔

- برانڈ نیم (Brand Name) : برانڈ نیم کسی پروڈکٹ کا تجارتی نام ہوتا ہے جسے صنعت کار (Manufacturer) پروڈکٹ کو فروخت کرنے کے لیے استعمال کرتا ہے۔ جیسے ایسی ٹائل سیلی سائلک ایسڈ (Acetyl Salicylic Acid) کے لیے "اسپرو" (ASPRO)، ہائڈروجنیٹیڈ مونگ پھلی کے تیل (Hydrogeneted Ground-nut Oil) کے لیے "ڈالڈا" (DALDA) وغیرہ۔ برانڈ اور تجارتی نام کے استعمال سے برانڈ نیم کسی خاص جنس سے موسوم (Generic) نہیں ہو پاتا جیسے کہ سیلوفون اور تھرمس (Cellophone and

(Thermos) ہو گئے، جو اصل میں برانڈ نام (Brand Names) تھے۔

- ٹریڈ نیم / تجارتی نام (Trade Name): تجارتی نام کا تعلق کسی کمپنی سے ہوتا ہے۔ برانڈ نیم کسی ٹریڈ نیم سے بھی نکل سکتا ہے جیسے سبازول (Cibazol)، گودریج (Godrej) وغیرہ۔

- لوگوٹائپ (Logotype): یہ ٹائپ یا دستی ڈرائنگ سے بنے ہوئے الفاظ ہوتے ہیں جو کسی پروڈکٹ یا کمپنی کے لیے تشکیل دیے جاتے ہیں۔ انھیں اسی ڈیزائن میں استعمال کیا جاتا ہے چاہے سائز کچھ بھی ہو۔

- ٹریڈ مارک (Trade Mark): یہ کسی کمپنی یا پروڈکٹ کو انفرادیت عطا کرنے کی ترکیب ہے۔ یہ کسی لفظ، نام یا تصویری علامت یا دونوں کا مجموعہ ہوتا ہے۔

- نشان، علامت یا عہدے کا نشان (Emblem or Insignia): بصری ترکیب (Visual Device) یعنی ٹریڈ مارک کی ہی ایک قسم کو دیا جانے والا نام ہوتا ہے۔ غیر منافع بخش تنظیم (Non-Profit Organisation) اپنی پہچان کے لیے اس علامت کو استعمال کرتی ہے۔

- ٹریڈ کیریکٹرز (Trade Characters): یہ جانوروں، انسانوں، پرندوں اور دیگر جاندار اشیا کی شکل والی ایسی علامتیں ہوتی ہیں جو کمپنی یا پروڈکٹ سے منسلک کی جاتی ہیں۔ جیسے ایئر انڈیا کے لیے مہاراجہ (علامت)۔ یہ یادداشت پر بہتر طور پر اثر انداز ہوتی ہیں اور اس طرح مشتہر کے لیے ایک طرح کے ڈھنڈورچی کا سا کردار ادا کرتی ہیں۔

- واٹر مارک (Water Mark): یہ ایسا نشان ہوتا ہے جسے کاغذ کے صنعت کار اپنے تیار مال کی پہچان کرنے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

- تصدیق / سرٹیفکیشن مارک (Certification Mark): تصدیقی مہر (Approval Seal) والی ترکیب کسی تنظیم کے ذریعہ استعمال کی جاتی ہے۔ اس سے پروڈکٹ کی پسندیدگی کا اظہار ہوتا ہے جیسے اگ مارک (Agmark)، ISI مارک وغیرہ

- کوٹ آف آرمس (Coat of Mark): اس کا تعلق راجاؤں مہاراجاؤں کے زمانے سے تھا۔ اس سے شان و شوکت اور اختیار و اقتدار کا اظہار ہوتا ہے۔ یہ ان کے گھرانے اور شاہی سلسلے کی علامت ہوتی تھی۔

ٹریڈ مارک کے فائدے

(Advantages of a Trade Mark)

مذکورہ بالا نشانات / علامات کے استعمال سے مندرجۂ ذیل فائدے ہوتے ہیں:

(۱) اس سے یہ پتہ چلتا ہے کہ تیار اشیا واقعی اسی اصل گھرانے سے تعلق رکھتی ہیں جس کی علامت ان پر ثبت ہے۔

(۲) خرید نے والے کو یہ یقین دہانی ہو جاتی ہے کہ پروڈکٹ اور اس کی کوالٹی میں ہم آہنگی ہوگی۔

(۳) ٹریڈ مارک سے مالک کا ایڈورٹائزمینٹ ہوتا ہے اور خریدنے والا اس شئے کو مال سے ہی منسلک سمجھتا ہے۔

ہم ٹریڈ مارک کا مطالعہ کریں گے جو کم و بیش تمام دیگر علامات کے مطالعے کی بنیاد قرار دیا جاسکتا ہے۔ بنیادی طور پر ٹریڈ مارک ایک پہچان کی نشانی ہوتا ہے اور کمپنی کے ہاؤس پروگرام — (House Programme) میں ایک بہت اہم مقام کا حامل ہوتا ہے۔

اس کے لیے ایک خاص نام رہنا چاہیے۔ مگر کون سا نام؟ ذیل میں چند سوالات سے اس کا جواب مل جائے گا:

— یہ (نام) لمبا ہو یا چھوٹا؟

— کیا اس نے اپنی انفرادیت حاصل کر لی ہے یا دیگر پروڈکٹ یا کمپنی کی یاد دلاتا ہے ؟

— اس نام کا تلفظ آسان ہے یا مشکل ؟

— طباعت کے بعد یہ کیسا نظر آتا ہے ؟

— کیا اس کا کردار انفرادی ہے ؟

— کیا معیاری ٹائپ فیس سے کام چل جائے گا یا اس کے لیے خصوصی لیٹر اسٹائل یا لوگو ٹائپ کی ضرورت پیش آئے گی؟ کیا لوگو ٹائپ میں کافی وزن (دباؤ) موجود ہے یا کیا اسے باتصویر مرکزی خیال (Pictorial Motif) کی شراکت داری درکار ہوگی ؟

— کیا باتصویر مرکزی خیال ٹائپوگرافی سے ہم آہنگ ہوجاتا ہے ؟

مذکورہ بالا بحث و مباحث کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ یا تو لوگو ٹائپ یا علامت یا دونوں کا مجموعہ مطلوب ہوتا ہے۔ علامات (Symbols) الفاظ سے زیادہ بولتی ہیں، غلط تعبیر (Misinterpretation) کی طرف کم مائل اور دیرپا ہوتی ہیں۔

عمدہ ٹریڈ مارک ڈیزائن کی خصوصیات
(Qualities of a Good Trade Mark Design)

(۱) اس سلسلے میں سب سے اہم نکتہ جو ذہن نشین رکھنا چاہیے وہ یہ ہے کہ ڈیزائن پر جب بھی نگاہ پڑے تب ہی کمپنی یا پروڈکٹ کی شبیہ نظروں کے سامنے آجائے۔ یہ ایسا ہو کہ عوام اس سے اکتا نہ جائیں۔ ڈیزائن کی تبدیلی کے لیے از سر نو فروغ دینے والی کوششیں کرنی پڑتی ہیں اور اس کے لیے بہت زیادہ رقم (خرچ کرنے) کی ضرورت ہوتی ہے۔

(۲) اس سے نہایت قوی انفرادی پہچان اجاگر ہونی چاہیے تاکہ ناظرین کے ذہنوں میں کسی قسم کی غلط فہمی پیدا نہ ہونے پائے۔

(۳) کمپنی کی خواہش یہ ہوتی ہے کہ شہرت انگیز خیالات پیدا کیے جائیں۔ اس ٹریڈ مارک ڈیزائن سے یہ کام ہوجاتا ہے اور اُسے یاد رکھنا بھی آسان ہے۔

(۴) ٹریڈ مارک یا نشانی، عملاً ہر ایک بصری ذرائع ابلاغ میں موجود پیغام سے منسلک رہتا ہے۔ اس کے علاوہ پیکنگ، لیبل (Labels) بذاتِ خود پروڈکٹ پر، ٹرکوں اور بلڈنگوں وغیرہ پر بھی دکھائی دے جاتا ہے۔ اسے ان اندراجات (Items) کی تیاری میں ملوث قواعد کی جمالیات سے میل بھی کھانا چاہیے۔ اس میں پرنٹ ہونے، کندہ ہونے یا مینوفیکچر (Manufacture) ہونے کی اہلیت ہونی چاہیے۔

(۵) یہ بہت چھوٹے سائز میں بھی ظاہر کیا جاسکتا ہے اور بہت بڑے سائز میں بھی۔ اسے پورے سلسلے (Range) میں مرعوب کن دکھائی دینا چاہیے اور جب اسے چھوٹا کیا جائے تو اس کا کوئی حصہ بھی محو نہ ہونا چاہیے اور جب اسے چھاپا جائے تو اس کے متنے (Counters) بھر جانا چاہئیں۔

(۶) ڈیزائن تو کمپنی کے معنی خیز نشان (دستخط) کی طرح کام کرتا ہے۔ ڈیزائن سے کوالٹی، خدمت، اتحاد کے تصورات وابستہ ہوتے ہیں۔ ڈیزائن کو اس قسم کی خصوصیات کا عکاس ہونا چاہیے جیسے معقول اور خوش نما لیکن چھوٹے سے چھوٹا اور بلا وجہ کے خطوط و نشانات سے پاک ہو۔

(۷) اس میں وسیع اور سلیس توضیح کی اہلیت موجود ہونی چاہیے۔

ڈیزائن بنانا (Rendering the Design)

کم از کم نام کی جانچ کر لی جائے کہیں ایسا تو نہیں کہ یہ نام کسی اور نے بھی اس سے قبل رجسٹرڈ کرا دیا ہو۔ محفوظ طریقہ یہ ہے کہ

ٹریڈ مارک ایسے سائز میں تیار کیا جائے جس میں وہ زیادہ سے زیادہ مرتبہ لوگوں کے سامنے آتا ہو۔ اس لیے مناسب موٹائی کے ہیئرلائن اسٹروکوں (Hairline Strokes) سے کام لینا چاہیے اور اس کے لیے کافی مناسبت والے نگیٹیو اسپیس (Negative Spaces) مہیا کرائے جاتے ہیں۔

(۸) بہتر یہ ہے کہ مثلثوں، دائروں، مربعوں والی وضع قطع کے فارمولوں سے اجتناب کیا جائے۔ غیر معمولی شکل کا اثر زیادہ پڑتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی زیادہ آسان ہوتا ہے۔ کچھ معاملات میں پرانے مدعا (Old Time Motif) کی بنیاد تقویت کا باعث بھی ہے۔

- رنگ : ڈیزائن میں جوں جوں رنگوں کی تعداد بڑھتی جاتی ہے ویسے ویسے طباعت پر آنے والی لاگت میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک رنگ والے ڈیزائن مثالی ہوتے ہیں، یعنی طباعت کرانے پر سب سے سستے اور عموماً زیادہ پنچ (Punch) والے ہوتے ہیں۔ اکثر کوئی کمپنی ایک سے زیادہ رنگوں والے ٹریڈ مارک کے علاوہ خط وکتابت میں ایک رنگ ٹریڈ مارک استعمال کرتی ہے۔
- لفظ اور علامت (Word & Symbol) کی ملی جلی شکل زیادہ متاثر کن ہوتی ہے کیوں کہ دیکھنے والے کو زیادہ مکمل تصوّر کا احساس ہوتا ہے، لیکن جگہ کی کمی کے باعث صرف مرئی علامت (Visual Device) استعمال کیا جاسکتا ہے۔
- یہ ایک ایسا اہم مرئی آلہ ہے جسے کمپنی مراسلے میں استعمال کیا جاتا ہے۔ اس لیے ڈیزائنر اور گاہک کے درمیان ٹریڈ مارک سے متعلق سوچ بچار کرنے میں (اکثر) کئی کئی ماہ لگ جاتے ہیں اور پھر کہیں جاکر اس ضمن میں فیصلہ ہوتا ہے۔ دسیوں اسکیچیں (Sketches) کھینچے جاتے ہیں۔ پہلی ملاقات میں صرف اجزائے ترکیبی (Compositions) پر اتفاق ہوتا ہے۔ پھر الفاظ اور علامت میں تبدیلیاں کی جاتی ہیں۔ اس ضمن میں سادگی، پہچان اور کیریکٹر کو نمایاں خدوخال (Salient Features) قرار دیا جاسکتا ہے۔

آخری پسند کو نہایت احتیاط سے تیار کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد ری پروڈکشن میں وضاحت اور دیکھنے پر خوشنما لگنے والے ٹریڈ مارک کے لیے اس کے چھوٹے بڑے سائز کو چیک کرنا ہوتا ہے۔ اس طرح چھان بین کے دوران کچھ تبدیلیاں اور تغیرات کیے جاسکتے ہیں۔ اس کے بعد مربع نما گرڈ کے پس منظر میں ماسٹر ڈیزائن تیار کیا جاتا ہے تاکہ ڈیزائن کے مختلف اجزائے ترکیبی میں نسبتوں کا پتہ چل جائے۔ پھر اس کی ایک کاپی بطور نقل (Copy) کمپنی کے مشترکہ پہچان پروگرام (Corporate Identity Programme) کے طور پر طبع کرائی جاتی ہے۔

رجسٹریشن (Registration)

رجسٹریشن (Registration)

ایئر انڈیا کا مہاراجہ — ایشین پینٹ کا گٹو

(۱) دو مشہور تجارتی کیرکٹریں

(۲) خصوصی نمائشوں، بین الاقوامی موقعوں یا سالگرہوں کی

نشانیوں (Emblems) کی تخلیق کے لیے ڈیزائن کے عناصر درکار ہوتے ہیں۔ بھلے ہی یہ نشانیاں قلیل مدت کے لیے ہی استعمال میں کیوں نہ آتی ہوں۔

ٹریڈ مارک کا مالک اسے کاپی رائٹ بورڈ، محکمۂ تعلیم (Department of Education)، نئی دہلی میں رجسٹر کرا سکتا ہے۔ ان کی منظوری کا مطلب یہ ہے کہ آئندہ اس ٹریڈ مارک کو قانونی طور پر کسی دوسرے شخص کو استعمال کرنے کی اجازت نہیں دی جائے گی اور اگر کوئی شخص ایسا کرتا ہے تو اس ٹریڈ مارک کے مالک کی خواہش پر اس شخص کو قانونی طور پر سزا دی جاسکتی ہے۔ اگر R پر ایک دائرہ کھینچ کر ® بنا دیا جائے تو اس کا مطلب یہ ہے کہ ٹریڈ مارک رجسٹر کرا لیا گیا ہے۔

کتنا کامیاب (How Successful)

کسی ٹریڈ مارک کا دار و مدار اس بات پر ہوتا ہے کہ اسے کس قدر استعمال کیا جاتا ہے اور یہ کمپنی کو اانٹی پروڈکٹ تیار کرکے اس ٹریڈ مارک کی شہرت کو کیسے چار چاند لگاتی ہے، معقول قیمت پالیسی کیسے (Reasonable Pricing Policy) اختیار کرتی اور اثر آفریں خدمت (Efficient Service) وغیرہ کس طرح مہیا کراتی ہے؟

ٹریڈ مارک کے ڈیزائن میں تبدیلی (کرنا) (Change in the Design of a Trade Mark)

یہ کام صرف اور صرف اس وقت کیا جاتا ہے جب کمپنی کا مینیجمنٹ اسے مطلق طور پر ضروری سمجھے۔ جیسا کہ پہلے بتایا جا چکا ہے کہ یہ ایک مہنگا معاملہ ہوتا ہے۔ یہ کام بہت تدریجی انداز میں اس طرح انجام دینا چاہیے کہ عوام بمشکل تمام ہی اس سے واقف ہو پائیں۔ اچانک اگر بہت بڑی تبدیلی کر دی جائے تو غیر یقینی حالات پیدا ہو جاتے ہیں جس سے لوگوں کا اعتماد اٹھ سکتا ہے اس بے اعتمادی کو دور کرنے کے لیے نئے سرے سے خدمت انجام دینے کے لیے کام کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

ریکارڈ کور (جیکیٹ) (Record Covers (Jackets))

ریکارڈ جیکیٹ کا خاص مقصد حفاظت ہوتا ہے کیوں کہ گراموفون ریکارڈ پر نازک جھریاں یا نالیاں (Grooves) بنی ہوتی ہیں۔ اگر ریکارڈ کسی نوک دار یا تیز دھار والی شے سے ٹکرا جائے یا پھر ایک ریکارڈ کسی دوسرے ریکارڈ سے مسلسل ٹکراتا رہے تو بھی یہ نالیاں تباہ ہو سکتی ہیں۔ اس کور کے دونوں جانب مربع نما سطح پر ریکارڈ کی تفصیل لکھی جاتی ہے۔ کیوں کہ ریکارڈ کی دکان (Record Shop) پر مرئی توجہ (Visual Attention) مبذول ہونے کے امکانات ہوتے ہیں، چاہے یہ ریکارڈ الماریوں میں رکھے ہوں یا کھڑکیوں میں۔ اس لیے ڈیزائنر کا مقصد ریکارڈ کی فروخت کے لیے مرئی آمادگی یا ترغیب (Visual Persuation) ہوتا ہے۔ نہ صرف کور کی خوبصورتی کے باعث ریکارڈ خرید لیا جاتا ہے بلکہ اس سے خوش گوار موڈ پیدا ہونے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں اور قاری خوشی خوشی گانے والوں، موسیقار اور سازندوں کے بارے میں پڑھتا چلا جاتا ہے۔

سائز (Sizes): جس سائز میں ریکارڈ تیار کیے جاتے ہیں انھیں مناسبت سے ریکارڈ جیکیٹوں کے بھی دو مقبول سائز ہوتے ہیں:

(i) لمبے پلے اینگ ریکارڈ (Long Playing Records) کے لیے 318 mm × 311 mm ($12\frac{1}{2}$" × $12\frac{1}{4}$") (LP کے لیے)

(ii) 184 mm × 184 mm ($7\frac{1}{4}$" × $7\frac{1}{4}$") (EP کے لیے)

اجزائے ترکیبی (ڈیزائن کے عناصر) (Composition (Elements of Design)):

ریکارڈنگ یا تو کلاسیکی میوزک پر مبنی ہوتی ہے یا پھر اس میں ½ 2 منٹ کے گانے، سازیا کچھ ہلکے میوزک موجود ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی اس میں کوئی اہم تقریر یا ڈرامہ بھی ریکارڈ ہوتا ہے۔ سامنے کی طرف عام طور پر موضوع کا عنوان (Title of the Theme) یا پیش کرنے والے کا نام لکھا ہوا ہوتا ہے۔ میوزک کے موضوع پیش کرنے والے شخص کی ڈرامائی تصویر مختلف رنگوں سے دکھائی جاتی ہے جس سے اس کے مختلف مزاجوں (Moods) کی عکاسی ہوتی ہے۔ کمپنی کا ٹریڈ مارک عموماً ایک کونے میں بنا ہوتا ہے۔ اُلٹی جانب (Backside) پلٹنے پر میوزک کے موضوع (Subject) کا تعارف ہوتا ہے، اس کے علاوہ مصنّف یا شاعر کا نام، گانوں کے عنوانات، ساتھ دینے والوں کے نام اور ریکارڈ کمپنی کا ٹریڈ مارک اور ڈسک کوڈ نمبر بھی ہوتا ہے۔

ڈیزائن : ریکارڈ جیکیٹ کی ڈیزائن کاری کا تخلیقی پہلو اس بات پر زور دیتا ہے کہ اس پر طبع ہونے والی تصاویر میوزک کے ماحول کے مناسب ہوں یعنی جاذب نظر، ڈرامائی، سننے اور ریکارڈ حاصل کرنے کی خواہش پیدا کرنے والی ہوں۔ یہ بات ان تمثیل نگاروں کے لیے ایک چیلنج ہے جو مختلف وسیلوں، تکنیکوں اور اسٹائلوں کو بروئے کار لا کر اس قسم کے ریکارڈ جیکیٹ بناتے ہیں۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اپنی بات پر اثر بنانے کے لیے مہیا کیے جانے والے فوٹو گرافس اور کراپنگ (Cropping) کو استعمال کرنے کے علاوہ اور کوئی چارہ نظر نہیں آتا۔ عنوانات کی حروف سازی (Lettering) سے سادگی، اسٹائل اور سجاوٹ میں کافی امکانات روشن ہوتے ہیں؛ ڈیزائن کی اثر اندازی کا زیادہ تر انحصار کاغذ کی کوالٹی پر ہوتا ہے۔ مارکیٹ میں مقابلہ آرائی کی وجہ سے زیادہ تر دو طرح کے کاغذ نظر آتے ہیں: کثیر رنگی طباعت کے لیے کوٹیڈ اسٹاک (Coated Stock) اور کافی چکنے کور پیپر جو لیٹر پریس کے ذریعہ ہاف ٹون پرنٹنگ بخوبی قبول کر لیتے ہیں۔

ہاتھ سے تیار شدہ کاغذ دیکھنے میں بہتر ہوتے ہیں مگر مہنگا ہونے کے سبب انھیں استعمال نہیں کیا جاتا۔

سرٹیفکیٹ (Certificates)

سرٹیفکیٹ ایک ایسا تحریری بیان (دستاویز) ہے جسے کسی حیثیت، اہلیت، مراعات وغیرہ کی صداقت کا ثبوت یا سند قرار دیا جا سکتا ہے۔ اس قسم کے دستاویز کی داخلی اہمیت محکمانہ — (Authorative) معتبر (Authentic) اور باوقار (Dignified) جیسی خوبیوں سے سرفراز کرتا ہے۔ اسے جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان کا حامل ہونا چاہیے۔ مزید یہ زمانے کی تباہی و بربادی سے محفوظ رکھنے کے لیے اسے بہترین رگ کنٹینٹ کاغذ (Rag Content Paper) پر طبع کرایا جاتا ہے۔

تحکم اور وقار پیدا کرنے والے ڈیزائن کے لیے ٹائپوگرافی اور ہینڈ لیٹرنگ (Hand Lettering)، رنگوں کے استعمال میں پابندیوں، اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان — (Emblem) سے کام لیا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں بارڈر بنانے سے خوبصورتی میں اضافہ ہوتا ہے تاہم چاروں طرف مناسب چوڑائی والا سفید حاشیہ ضرور چھوڑ دینا چاہیے کیوں کہ حاصل کرنے والے لوگ اکثر اسے فریم کرانے کے بعد اپنے آفس یا گھر میں ٹانک لیتے ہیں، ماسٹر ہیڈ کے علاوہ وصول کنندہ کے نام کے لیے کافی جگہ چھوڑنی چاہیے اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کے دستخط اور مہر دونوں نمایاں طور پر نظر آنے چاہئیں۔ سائز اپنی پسند سے مقرر کیا جا سکتا ہے۔

کتاب کا ڈیزائن (Book Design)

مصنف کی اپنے قارئین سے گفتگو کو کتاب سے موسوم کیا جاتا ہے۔ ابتدائی کاپی (چاہے ہاتھ سے لکھی ہوئی ہو یا ٹائپ شدہ) کو مسودہ (Manuscript) کہتے ہیں۔ اس میں تصاویر وغیرہ بھی ہوسکتی ہیں۔ ذرائع ابلاغ (Mass Communication) کے لیے مسودہ کی مطبوعہ کاپیاں بنائی جاتی ہیں اور پھر ان پر مضبوط کَوَر (Cover) چڑھا دیا جاتا ہے تاکہ استعمال کرتے وقت پھٹنے نہ پائیں اور ہر طرح سے محفوظ رہیں۔

کتاب کا ڈیزائن ایسا ہو کہ اسے دیکھ کر اس میں موجود ادبی مواد کی اہمیت اُجاگر ہو جائے اور روانی سے پڑھنے میں تفاعل آسانی (Functional Ease) پیدا ہو۔ یہ بات اس وقت اور بھی ضروری ہو جاتی ہے جب تجارتی مقابلہ آرائی (Commer-cial Competition) کے علاوہ مختلف ذرائع ابلاغ سے بھی آدمی پر چاروں طرف سے ترسیلات (خیالات) کی بمباری ہو رہی ہو۔ ڈیزائنر کو مصنف کے معیار کے مطابق کام انجام دینا چاہیے اور پھر اس طرح کے صفحات کو مرئی احساس (Visual Feeling) ، موڈ اور فضا سے مزیّن کرنا اور بہترین مجلد کتاب بنا کر پیش کرنے کی کوشش کرنی چاہیے۔ خالی جگہ کے مناسب استعمال، ٹائپوگرافی اور تصاویر نیز کاغذ کے انتخاب، پرنٹنگ پروسیس اور جلد بندی کے سامان میں بہترین ہم آہنگی پیدا کرنے سے ڈیزائنر کی صلاحیت کی عکاسی ہوتی ہے۔ قارئین کی شاعرانہ باریکیوں کو سمجھ کر مصنف اور اس کی تصنیف سے لطف اندوز ہونے والوں کے مابین ہم آہنگی پیدا کرنے کی کوشش بھی کرنی چاہیے۔

کتاب کے (مختلف) حصّے (Parts of a Book)

کتاب کے ڈیزائن کو مندرجہ ذیل ایسے حصّوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے جن میں ربط اور ہم آہنگی موجود ہو:

اصل کتاب کو تین حصّوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(ا) ابتدائی صفحات کتاب کے شروع کے صفحات ہوتے ہیں۔ یہ اصل موضوع کے پیش روئی حیثیت رکھتے ہیں۔ ان کے مافیہات (Contents) کو صفاتی اعتبار سے ذیل میں اس طرح بیان کیا جاسکتا ہے:

(i) ہاف ٹائیٹل (Half Title): صرف کتاب کے ٹائیٹل کے لیے ۱۲ پائنٹ یا ۱۴ پائنٹ کی ٹائپ۔ صفحہ نمبر ۱ ہمیشہ راست (Recto) ہوتا ہے۔

(ii) فرنٹس پیس (Frontispiece): کسی آرٹ بک میں لیڈنگ آرٹ پلیٹ (Leading Art Plate) کو اس صفحہ پر چھاپا جاتا یا ٹپ (Tipp) کرایا جاتا ہے تاکہ یہ سامنے کے ٹائیٹل کے صفحہ کے لیے سجاوٹ یا آرائش بن جائے۔

(iii) ٹائیٹل کا صفحہ (Title Page): اس صفحہ پر مصنف کا نام، پبلیشر کا نام اور نشان (Emblem) کبھی کبھی تصاویر یا تمثیلات اور آرٹسٹ کا نام بھی لکھا جاتا ہے۔

(iv) امپرنٹ پیج (Imprint Page): طابع اور ناشر

(Printer & Publisher) کا تعارف (قانون کے مطابق ضروری)، طباعت کا سال، کاپی رائٹ کا اعلانیہ (Declaration of Copyright)، ایڈیشن یا دوبارہ اشاعت کرنے پر کاپیوں کی تعداد، سال وغیرہ درج ہوتا ہے۔

(v) صفحۂ انتساب (Page for Dedication): مصنف کو اپنے احساسات کی عکاسی کا حق حاصل ہے اور وہ اس صفحے پر انتساب تحریر کرتا ہے۔ ضروری نہیں کہ ہر کتاب میں یہ صفحہ موجود ہو۔

(vi) کورا صفحہ (Blank Page): کتاب کا بائیں طرف والا صفحہ ہونے کے سبب یہ کورا ہوتا ہے۔ اُردُو کی کتاب میں اس کے برعکس۔

(vii) پیش لفظ یا پبلیشر کا نوٹ (Preface or Publisher's Note) مصنف کے علاوہ کسی اور شخص کے ذریعے مصنف اور موضوع کا تعارف۔

(viii) تعارف یا دیباچہ (Introduction or Foreword): اس صفحے پر مصنف یا ایڈیٹر کتاب کے موضوع کا تعارف کراتا ہے۔

(ix) اظہار تشکر (Acknowledgement): اس صفحے پر مصنف (یا پبلیشر) کی جانب سے ان لوگوں کا شکریہ ادا کیا جاتا ہے جن لوگوں نے کتاب لکھنے میں مدد کی ہے۔ اس صفحے پر عام طور سے " میں ان تمام حضرات کا بے حد ممنون ہوں ....." قسم کے الفاظ سے ابتدا کی جاتی ہے۔

(x) فہرست مضامین اور فہرست تمثیلات (تصاویر): بڑی کتابوں میں اس کام کے لیے ایک سے زیادہ صفحات بھی کام میں آسکتے ہیں۔

(xi) کورا (Blank): کتاب کا بائیں جانب والا صفحہ (Verso) ہونے کے سبب۔ اُردُو کی کتاب میں اس کے برعکس۔

(xii) باب اول کی ابتدا (Beginning of Chapter-I): کبھی کبھی یہ فلائی لیف (Fly Leaf) بھی ہوسکتا ہے جس کے نصف حصے پر ٹائیٹل ہوتا ہے اور باب اوّل کے سامنے کی پلیٹ ہوتا ہے۔ باب اوّل داہنی جانب سے شروع ہوتا ہے۔ یہ انگریزی یا دوسری یوروپی زبانوں کی کتابوں کے لیے مخصوص ہے۔ اردو یا دوسری زبانوں جو داہنی طرف سے لکھی جاتی ہیں ان کتابوں میں باب اوّل بائیں جانب سے شروع ہوتا ہے۔

(نوٹ): یہ ضروری نہیں کہ تمام کتابوں میں مذکورہ بالا ابتدائی صفحات موجود ہی ہوں۔ چند کتابوں میں دو صفحات پر بسیط ٹائیٹل پیج بھی کافی کامیاب ثابت ہوا۔ فرنٹس پیس کو بھی اس جگہ منتقل کردیا جاتا ہے جہاں یہ زیادہ اثر آفریں نظر آتا ہے اور جس سے ابتدائی صفحات کی ترتیب زیادہ بامعنیٰ ہوجاتی ہے۔ ستارہ بردار نشانات عام طور پر صفحۂ راست (Recto) پر ظاہر کیے جاتے ہیں۔

(۲) درسی مواد (Text Matter) کو مختلف ابواب میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ان ابواب سے مصنف کی بیان کردہ کہانی یا واقعے کے تواتر کی عکاسی ہوتی ہے یا پھر کسی کتاب کے موضوع کو تشکیل دینے والے مختلف عنوانات (Topics) کے تسلسل کا اظہار ہوتا ہے۔

(۳) اختتامی مواد (End Matter) ان باتوں پر مشتمل ہوتا ہے:

(i) ملحقات (Appendices): یہ کتاب سے متعلقہ امدادی مواد ہوتا ہے۔

(ii) فرہنگ (Glossary): کتاب میں شامل تکنیکی یا غیرملکی الفاظ کی فہرست۔ یہ حاشیے اور تشریحات کی شکل میں بھی ہوسکتے ہیں۔

(iii) کتابیات (Bibliography): ان کتابوں کی فہرست

جن کا مطالعہ مصنف نے کیا ہے یا پھر مزید معلومات حاصل کرنے کے لیے قارئین کو مطالعہ کرنے کا مشورہ دیا ہے۔

فہرست (Index): عنوانات یا تکنیکی اصطلاحات کی فہرست بمع صفحہ نمبر (یعنی جن صفحات پر وہ دیکھے / دیکھی جاسکتی ہے)۔

ڈیزائن : (Design)

درسی مواد کے لیے صفحات کے سائز، کاغذ، پرنٹنگ پراسیس، لے آؤٹ گرڈ اور ٹائپوگرافی کا فیصلہ کرنے کے لیے کتاب کے مافیہات (Contents) یعنی تمثیلات، چارٹ، کہانی، حاشیائی نوٹ، زبانوں کی تعداد (Number of Languages) کو دھیان میں رکھنا پڑتا ہے اور اس شبیہ کو بھی ذہن نشین رکھنا ہوتا ہے جو کتاب کے ذریعے قارئین پر مرتب کرنی ہوتی ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ ابواب کے ابتدائی صفحات کے لیے آؤٹ مقرر کرنا ہوتا ہے، مناسب چیپٹر سنکیج (Chapter Sinkage) چھوڑنا ہوتا ہے۔ ابواب کی سرخیوں، ذیلی سرخیوں، تعارفی نوٹ وغیرہ کے لیے استعمال کی جانے والی ٹائپ (Types) مقرر کرنی ہوتی ہیں۔ تمثیلات، تصویروں کے لیے مندرجۂ ذیل طریقوں سے مناسب جگہوں پر گنجائش نکالی جاسکتی ہے:

- کتاب کے آخر میں ایک سکشن (Section) یا اس سے زیادہ۔
- سکشنوں کے درمیان سکشنوں کے لیے جگہ نکالنا۔

لیٹر پریس میں دونوں طریقے کفایتی رہتے ہیں جب کہ صرف ہاف ٹون کے لیے مہنگا آرٹ پیپر استعمال کیا جائے۔

- سیاق وسباق کی عبارت (Reading Context) سے قریب ترین۔
- الگ سے چھپواکر، تراش خراش کرنے کے بعد ان صفحات کے ایک سرے پر چسپاں کرنا جہاں ان کے لیے غیر مطبوعہ جگہ چھوڑ رکھی ہو۔ عموماً رنگین پلیٹیں چسپاں کی جاتی ہیں۔

اختتامی مواد کے لیے مذکورہ بالا لے آؤٹ گرڈ اور ابوابی ابتدائیات (Chapter Opening) کی تفصیلات (Specifications) حالانکہ مثالی قرار دی جاسکتی ہیں مگر یہ ضروری نہیں کہ ان پر عمل کیا ہی جائے۔ کالموں کی تعداد کا انحصار عنوان پر ہوتا ہے۔ فہرست کے لیے ۳ تا ۴ کالم ایک عام سی بات ہے۔ اختتامی مواد کے صفحات (End Matter Pages) کے لیے چیپٹر سنکیج (Chapter Sinkage) کم بھی ہوسکتا ہے مگر کتاب کے اس حصے کے لیے یہ یکساں ہونا چاہیے۔ اس سکشن کی ٹائپ کا سائز درسی صفحات (Text Pages) کی ٹائپ کے سائز سے کچھ کم تو ہوسکتا ہے مگر یہ ایک ہی فیملی سے تعلق رکھنے والی ہوں۔

ابتدائی صفحات کی لے آؤٹ اسکیم (Layout Scheme) زیادہ بے فکری اور آزادی سے بنائی جاسکتی ہے مگر ایک اچھا ڈیزائن اس بات کا متقاضی ہوتا ہے کہ دیگر صفحات پر موجود جگہوں سے اس کا ربط ہو تاکہ اتحاد قائم رہے۔

جلد یا بائنڈنگ کیس کی ڈیزائن کی قدر وقیمت میں اس وقت اضافہ ہوتا ہے جب اس میں استعمال ہونے والے کپڑے یا کاغذ کا رنگ اور بافت (Texture) عمدہ ہو۔ اس کے علاوہ اس کی طباعت (Printing Impression) اور آرٹ اور لے آؤٹ بھی عمدہ ہو۔

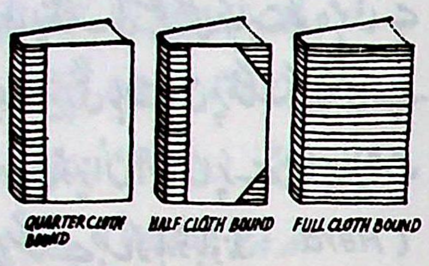
پوری طرح کپڑے سے مڑھی ہوئی (Full Cloth Bound) جلد کے سامنے کے صفحے پر صرف کتاب کا ٹائیٹل ہی موجود ہوتا ہے۔ کچھ پبلیشر اس پر اپنا نشان (Emblem) بھی ظاہر کرنا چاہتے ہیں، چند ایک مصنف کا نام بھی لکھنا پسند کرتے ہیں؛

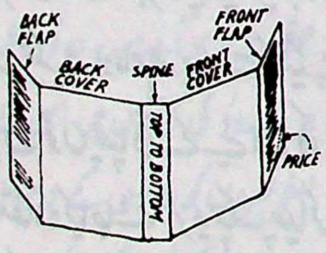
اکثر صرف ایک سجاوٹی جھالر (Decoration Motif)
جو اس کتاب کے موضوع سے متعلق بھی ہو سکتی ہے طبع کر دی جاتی
ہے. کچھ بھی ہو بہر حال لیٹرنگ اور ڈرائنگ صرف لائن آرٹ کی
حامل ہوتی ہے کیوں کہ کپڑے کی سطح پر استعمال کی جانے والی
پرنٹنگ پروسیس صرف سلک اسکرین، فوئل اسٹامپنگ یا بلائنڈ ایمبوسنگ
ہو سکتی ہے اور اگر بائنڈنگ کلاتھ چکنا اور غلاف (Case) پتلا ہو
تو لیٹر پریس پرنٹنگ بھی کی جاسکتی ہے۔

ہاف کلاتھ بائنڈنگ (Half Cloth Binding)

صرف لیجروں (Ledgers) اور اسکول نوٹ بکوں تک محدود
ہوتی ہے کیوں کہ یہ دونوں چیزیں بہت زیادہ استعمال میں رہتی ہیں.
کاغذ پر عموماً مجموعی سجاوٹی ڈیزائن بنا ہوتا ہے۔ کوارٹر کلاتھ باؤنڈ
کتابوں کے کاغذی حصے پر لائن آرٹ یا ہاف ٹون آرٹ سے تعلق
رکھنے والی ڈیزائن کاری کی جاتی ہے۔ ان کتابوں پر عموماً گردپوش
(Dust Jacket) موجود نہیں ہوتا۔ اس لیے خوردہ فروش کی
شیلف پر ایک نشان پہچان ہونے کے باوجود بھی کور پیج ——
(Cover Page) کا ڈیزائن ایک معاون فروخت کنندہ کا
کام انجام دیتا ہے. سرورق (Front Page) پر عموماً ٹائٹل،
مصنف کا نام اور ناشر کے سگنیچر (نام اور نشان) ہوتے ہیں. آرٹ
ورک اور کندہ کاری (Engraving) کے پیسے بچانے کے لیے
پشت کے کور پر یا تو سرورق کے ڈیزائن کو دہرایا جاتا ہے یا لوگوں
کے پاس اشاعت شدہ کاپیاں بھیج کر ان کی رائے لی جاتی ہے،
اسے یہاں طبع کرایا جاسکتا ہے یا پھر مصنف کا تعارف یا پبلیشر کے
اشتہارات چھاپے جاسکتے ہیں.

کتاب کی اسپائن پر کتاب کا عنوان اور مصنف کا نام لکھا
ہونا چاہیے۔ عام طور پر پبلیشر کے سگنیچر بھی اسی پر لکھے جاتے ہیں.





شیلف پر رکھی ہوئی کتاب کے اسپائن کو نیچے سے اوپر کی جانب
پڑھنا آسان ہوتا ہے حالانکہ اوپر سے نیچے کی جانب

زیادہ سائنٹیفک ہے۔ اسپائن کے کپڑے کی سطح پر طباعت کرنے کے لیے سلک اسکرین پرنٹنگ یا فوئل اسٹامپنگ سے کام لیا جاتا ہے۔

لمپ باؤنڈ کتب (Limp Bound Books)

اس میں سرورق کے طور پر کام میں آنے والا کارڈ نہ صرف سخت ہوتا ہے بلکہ اس کی پرنٹنگ کی سطح بھی نہایت عمدہ ہوتی ہے اور کم از کم اس کی ایک طرف کثیر رنگی ہاف ٹون پرنٹنگ کی جاسکتی ہے۔ اس طرح موٹی کتاب پر تصویری ڈیزائن اسپائن پر سے ہوتا ہوا پشت کے صفحے تک پھیلا ہوا ہوسکتا ہے جیسا کہ ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) کتابوں کے گرد پوش (Dust Cover) پر اکثر نظر آتا ہے۔

—— اختتامی کاغذ (End Papers): یہ وہ کاغذ ہوتے ہیں کہ اگر کتاب کا کور کسی بھی جانب سے کھولا جائے تو سب سے پہلے انھیں سے واسطہ پڑتا ہے اور یہی سب سے پہلے کھلے ہوئے دکھائی دیتے ہیں۔ اسی لیے ان کاغذوں کے مناسب رنگوں اور ان کی بافت کے سہارے قاری کا موڈ بنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کتاب کے مرکزی خیال سے متعارف کرانے کے لیے علاماتی موٹف (Symbolic Motif) واحد ڈرائنگ (Single Drawing) یا سرورق کا نمونہ دہرا کر چھاپ دیا جاتا ہے۔

—— گرد پوش (بک جیکیٹ): عام طور پر اسے کوٹیڈ پیپر سے تیار کیا جاتا ہے تاکہ کثیر رنگی ہاف ٹون چھپائی کے لیے اس کی سفیدی اور جاذب نظر چمک سے استفادہ کیا جائے۔ مزید چمک پیدا کرنے کے لیے اس پر وارنش بھی کرائی جاسکتی ہے۔ اگر میٹ نتائج (Mat Results) درکار ہوں تو آفسیٹ پیپر کا استعمال کیا جاسکتا ہے مگر یہ زیادہ مقبول (کاغذ) نہیں ہے کیوں کہ وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ یہ زرد پڑجاتا ہے اور اس کی ظاہری شکل وصورت دھندلا جاتی ہے۔ اس طرح وہ مقصد ہی فوت ہوجاتا ہے جس کے تحت گرد پوش (بک جیکیٹ) بنوایا جاتا ہے۔

آرٹ ورک اس وقت ہاتھ میں لیا جاتا ہے جب ڈمی بک تیار کرلی جاتی ہے۔ اس کے لیے منتخب کاغذ کے صفحات کی تعداد بھی مقرر کرلی جاتی ہے اور بائنڈنگ کیس (تفصیلات کے مطابق) چسپاں کردیا جاتا ہے۔ سرورق، اسپائن اور پشت کے صفحے کے تینوں پینلوں کی چوڑائی معلوم کرکے نشان لگایا جاتا ہے اور پھر ڈمی گرد پوش بھی کتاب کو پہنا دیا جاتا ہے۔

کور، اسپائن اور پشت کے کور کے اجزا وہی ہوتے ہیں جو لمپ باؤنڈ کتابوں کے ضمن میں بیان کیا جاچکا ہے۔ استعمال کی جانے والی تصاویر یا تمثیلات عموماً موضوعی (Subjective) ہوتی ہیں۔ نقش نگاری (Rendering) علاماتی ہو یا حقیقی، اس کا انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ بک سیلر کی شیلف پر کتاب کتنی نمایاں طور پر نظر آئے اور تصویر سے کتنی جلد کتاب کا موضوع سمجھ میں آجائے۔ کچھ سرورق کے ڈیزائن مصنف کی مقبولیت کو چار چاند لگادیتے ہیں۔

فلیپس (Flaps) اضافی پرنٹنگ کی جگہ مہیا کرتے ہیں جن کا استعمال مصنف کتاب کے موضوع سے متعارف کرانے کے لیے کرتا ہے۔ ان کے ایک حصے کو پبلیشر اپنے اشتہار کے لیے بھی استعمال کرسکتا ہے۔ اس کے ایک کونے پر قیمت لکھ دی جاتی ہے تاکہ جب اس کی ضرورت نہ ہو (پرانی کاپیاں یا تحفے کے طور پر پیش کرتے وقت) تو اسے قطع کردیا جائے۔

پروڈکشن (Production)

پروڈکشن کے مدنظر کمپوز شدہ صفحات کی 32 یا 8،12،16 صفحات کے سیکشنوں میں گروپ بندی کی جاتی ہے۔ اس بات کا دار و مدار کئی باتوں پر ہوتا ہے جیسے جس کاغذ پر طباعت ہونی ہے

وہ موٹا ہے یا پتلا، کتاب کا سائز چھوٹا ہے یا بڑا، پیپر اسٹاک کا سائز کتنا ہے، پرنٹنگ مشین کا کیا سائز ہے اور سب سے بڑھ کر یہ کہ مطبوعہ کاپیوں کی تعداد کتنی ہے؟

(۱) سیکشن ایک سگنیچر بھی ہو سکتا ہے اور ایک سے زیادہ سگنیچروں پر بھی مشتمل ہو سکتا ہے۔ کتاب میں دلچسپی کے مختلف حصّے تشکیل کرنے کے لیے مختلف خوبیوں (Qualities) والے کاغذ استعمال کیے جا سکتے ہیں۔ یہ بات ملحوظ رہے کہ موٹے سیکشن میں سب سے اندرونی صفحات چوڑائی میں نسبتاً پتلے ہو جاتے ہیں۔

(۲) کتاب کو باقاعدہ طور پر مرتب کرنے کے لیے سیکشنوں کو ہاتھ یا مشین سے اسپائن پر سے سی دیا جاتا ہے۔ (مشین کی اسپیڈ ۴۰ سیکشن فی منٹ ہوتی ہے)۔

جلد بندی کے دیگر طریقوں کے لیے ملاحظہ کیجیے "پرنٹ فنشنگ"۔ گرافک ڈیزائن۔

(۳) حفاظت کے مدنظر گتّے کی مضبوط جلد باندھ کر جلد پر کپڑا چڑھا دیا جاتا ہے۔ جلد کو اسپائن کے ساتھ چپکا دیا جاتا ہے اور فنش کو صاف ستھرا رکھنے کے لیے اختتامی کاغذ مہیا کرائے جاتے ہیں۔ لمپ باونڈ کتابوں کی بیرونی سطح (Outer Surface) جس پر ڈیزائن پرنٹ رہتی ہے، کے ہمراہ موٹا کارڈ (کپڑے کے بغیر اور اختتامی کاغذوں کے بغیر یا ہمراہ) استعمال کیا جاتا ہے۔

(۴) اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ ہارڈ باؤنڈ کتاب کو مزید ایک گرد پوش یا بک جیکیٹ مہیا کرا دیا جاتا ہے۔ ایک بُک جیکیٹ پر باہر کی جانب پُرکشش ڈیزائن بنا دیتے ہیں۔ ڈیزائن سے کتاب فروخت کرنے میں مدد ملتی ہے۔ کپڑے کی سطح پر اتنی طرح سے طباعت نہیں کی جا سکتی جتنی طرح سے کاغذ پر کی جا سکتی ہے۔

کچھ تعریفیں (Some Definitions)

— صفحے کے تراشے ہوئے آخری سائز کو صفحے کا سائز ـــــ (Page Size) کہتے ہیں۔ آمنے سامنے کے دو کھلے ہوئے صفحات کو اوپن سائز (Open Size) کہتے ہیں۔

— چاہے ہارڈ باؤنڈ کیس (Hard Bound Case) بڑا کیوں نہ ہو بہرحال تراشے ہوئے صفحے کے سائز کو بک سائز (Book Size) کہتے ہیں۔

— ریکٹو (Recto) سے مراد ہے داہنی جانب کا صفحہ اور اور ورسو (Verso) سے بائیں طرف والا صفحہ۔ اردو کی کتابوں میں اس کے برعکس۔

— ایکسکلوزیو سائز (Exclusive Size)، اپیئرنگ سائز (Appearing Size) ـــــ اور انکلوزیو سائز (Inclusive Size) معرف کر دیے جاتے ہیں۔

— ایکسکلوزیو سائز کے لیے عموماً پرنٹ ایریا (Print Area) والی اصطلاح استعمال کی جاتی ہے۔

— فولیو لائن (Folio Line) یا رَننگ ہیڈ LHS (Verso) ـــــ صفحات پر کتاب کا ٹائیٹل ہوتا ہے اور چیپٹر ٹائیٹل (Chapter Title) RHS (Recto) صفحات پر ہوتا ہے۔ یہ دونوں عموماً سب سے اوپر لکھے جاتے ہیں۔ اردو کی کتابوں میں اس کے برعکس۔

— صفحہ نمبروں کو لائنوں کے درمیان فولیو کے ساتھ لکھا جا سکتا ہے یا پھر حاشیہ ایک طرف ـــــ سب سے پسندیدہ جگہ بائنڈنگ سائڈ سے پرے اوپر کے کونے یا نچلے حصّے کے کونے ہوتے ہیں، یا پھر کسی صفحے کے نچلے حاشیے کا مرکزی حصّہ بھی بہتر رہتا ہے۔

حاشیے (Margins) وہ خالی اور سفید جگہیں ہوتی ہیں جو مطبوعہ جگہ کے چاروں طرف واقع ہوتی ہیں۔ انھیں اوپر کے، نیچے کے یا پہلو کے حاشیے سے موسوم کیا جاتا ہے۔ (اندرونی: اسپائن کی جانب، بیرونی: سامنے کے کنارے کی جانب)۔

— گٹر (Gutter): فولڈ کے دونوں جانب کالموں کے درمیان کی جگہ کو گٹر کہتے ہیں۔

..________..